

FutisFun – Liikuntatapahtuman suunnittelu ja toteutus

Jenny Järvelä & Rebecca Rasmus

Opinnäytetyö

Liikunnan ja vapaa-ajan koulu-
tusohjelma

Idrott & hälsopromotion

Kevät 2017



Tekijä(t)

Jenny Järvelä, Rebecca Rasmus

Koulutusohjelma

Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma

Opinnäytetyön otsikko

FutisFun – Liikuntatapahtuman suunnittelu ja toteutus

Sivu- ja liitesivumäärä

51 + 29

Tämä opinnäytetyö toteutettiin kahden opiskelijan yhteistyönä. Toinen tekijöistä opiskelee ammattikorkeakoulu Arcadassa ja toinen Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa. Työstä on tehty Arcadan vaatimusten mukaisesti myös ruotsinkielinen pidempi tiivistelmä, joka on työn lopussa liitteenä.

Opinnäytetyössä perehdytään tapahtuman järjestämiseen ja markkinointiin sekä lasten ja nuorten motivointiin, ja työssä suunnitellaan ja toteutetaan jalkapallotapahtuma 5-12 – vuotiaille tytöille. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Gamlakarleby Bollklubb (GBK). Yhteistyötä tehtiin myös Kokkolan kaupungin ja alueen yritysten kanssa. Yhteistyökumppani Kokkolan kaupungin liikuntapalvelujen pyynnöstä huomioitiin myös Suomi100 juhlavuosi tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa.

GBK:lla oli tarve toteuttaa matalankynnyksen liikuntatapahtuma lapsille ja saada seuralle tällä tavoin lisää tunnettavuutta Kokkolassa. Tapahtuman tavoitteena oli mainostaa naisten Liiga-avausta, joka pelattiin viikko tapahtuman jälkeen. Tapahtumalla tavoiteltiin matalan kynnyksen avulla uusia tyttöjä harrastuksen pariin ja tarjottiin uudenlainen tapahtuma jo lajin parissa harrastaville. Tavoitteenamme oli, että tytöille jäisi positiivinen kuva jalkapallosta ja tapahtuma innostaisi mahdollisesti aloittamaan jalkapallon harrastamisen.

Opinnäytetyössä käsitellään kokonaisvaltaisesti tapahtuman järjestämiseen ja markkinointiin liittyvää teoretietoa sekä kerrotaan hieman toimeksiantajasta. Teoriatiedon pohjalta on pystytty suunnittelemaan ja toteuttamaan tytöille suunnattu jalkapallotapahtuma. Opinnäytetyöhön on kuulunut suurena osana tapahtuman suunnittelu, toteutus ja purku.

Tapahtumaa markkinoitiin mainoksilla kouluissa, esikouluissa ja päiväkodeissa. Tapahtuman mainoksia vietiin myös eri liikuntapaikkoihin ja myymälöihin ympäri Kokkolaa. Tapahtuman markkinoinnissa hyödynnettiin eri tiedotuskanavia, joita oli muun muassa Facebook, Instagram, unelmat liikkeelle- sivusto, seuran kotisivu ja lehtiartikkelit.

Tapahtuman kävijätavoite oli saavuttaa noin 50 osallistujaa, joka saavutettiin. Paikalle saapui lähes 100 tyttöä vanhempiensa kanssa. Kävijöiden yhteystietoja kerättiin jälkimarkkinointia varten.

Toimeksiantaja oli tyytyväinen työn lopputulokseen ja toivoi FutisFunin jatkuvan myös tulevina vuosina. Pohdinnassa on mietitty mahdollisia kehittämisideoita, joita voidaan hyödyntää mahdollisesti seuraavassa FutisFun tapahtumassa.

Asiasanat

Tapahtuma, tapahtumamarkkinointi, jalkapallo, tytöt, Kokkola

Sammanfattning

Författare Jenny Järvelä, Rebecca Rasmus	
Utbildningsprogram Idrott & Hälsopromotion	
Arbetets namn Planering och förverkligande av idrottsevenemanget FutisFun	Sid- och bilaga sidantal 51 + 29
<p>Detta examensarbete är gjord i samarbete med två studeranden. Ena studerar vid yrkes- högskolan Haaga-Helia och andra vid yrkeshögskolan Arcada. Som bilaga finns det också en längre, mera omfattande svenskspråkig sammanfattning enligt Arcadas kriterier.</p> <p>I arbetet går vi in på olika teoridelområden gällande evenemangsarrangering, samt plane- rar och förverkligar evenemanget för flickor 5–12 år. Som beställare fungerade Gamlakar- leby Bollklubb (GBK). För att projektet skulle lyckas har vi också samarbetat med Karleby stad och andra företag. Vi uppmärksammade också Finlands 100-års jubileum.</p> <p>GBK hade som behov att ordna ett idrottsevenemang med låg tröskel för flickor, och på detta sätt få mera synlighet för föreningen. Med evenemanget ville vi samtidigt ge synlighet för GBK damlagets ligaöppning som var en vecka efter evenemanget. Med en låg tröskel skulle evenemanget nå både nybörjare och fortsättare. Som mål var också att flickorna skulle få en positiv bild av fotboll, och möjligen på detta sätt skulle locka mera flickspelare i föreningens verksamhet.</p> <p>I arbetet går vi in på teoridelområden som evenemangsarrangering, marknadsföring, barn och ungas idrotts vanor, samt deras idrottsmotivation. Det berättas också om beställaren GBK och fotbollens nuläge i Karleby. Med hjälp av kunskapsteori har det varit möjligt att planera och utföra ett lyckat fotbollsevenemang för flickor. Arbetet har bestått till en stor del av evenemangs planering-, utföring- och avslutning.</p> <p>Evenemanget marknadsfördes med reklamaffischer i förskolor, skolor och på daghem. Re- klamaffischer fördes också till olika idrottslokaler och affärer runt i Karleby. Vi utnyttjade också olika informationskanaler som bland annat Facebook, Instagram, "Unelmat-liikke- elle"-sidan samt föreningens hemsida och tidningsartiklar.</p> <p>Som deltagarmål ställde vi 50 deltagare. På plats kom ändå närmare 100 deltagare med sina föräldrar. Vi samlade deras kontaktuppgifter med tanke på fortsättningen.</p> <p>Vår beställare var nöjd med arbetets resultat och hoppas på att FutisFun också får fortsätt- ning i framtiden. I diskussionsdelen har vi funderat mera på utvecklingsidéer som kan ut- nyttjas möjligen i nästa FutisFun evenemang.</p>	
Nyckelord Evenemang, evenemangsmarknadsföring, fotboll, flickor, Karleby	

Abstract

Authors Jenny Järvelä, Rebecca Rasmus	
Programme Degree Programme in sports and leisure management	
The title of thesis FutisFun – Planning and execution of a sport event	Number of pages and appendix pages 51 + 29
<p>This thesis was conducted in co-operation between two students, The other student studied in Arcada University of Applied Sciences and another one in Haaga-Helia University of Applied Sciences. At the end of the work there is also a longer summary in Swedish.</p> <p>Thesis focuses on event arrangement and marketing, and on motivating children and young people. Thesis includes planning and arranging a football event for 5-12 year old girls. Thesis was assigned by Gamlakarleby Bollklubb (GBK). We co-operated also with the city of Kokkola as well as companies from the region. As requested by the co-operation partner, the Sports services of the city of Kokkola, we acknowledged also the Finland100 celebration year in planning and arranging the event.</p> <p>GBK needed to arrange a low-threshold sports event for children and this way to build more awareness for the club in Kokkola. The aim of the event was to promote women's league season opening match, which took place one week after the event. By this event, we aimed to target new girls to participate to this hobby, but also to offer a new kind of event for those already active in football sports. Our objective was that girls would get a positive picture of football as a hobby and that the event would possibly inspire people to start playing football as a new hobby.</p> <p>The thesis discusses theory on event arrangement and marketing comprehensively and describes the principal shortly. Based on theoretical knowledge we have been able to plan and execute a football event for girls. The planning, execution and analysis of an event were a considerable part of this thesis.</p> <p>We marketed the event in schools, preschools and kindergartens. Event advertisements were also put on display in different sports facilities and shops in Kokkola. Various media - such as Facebook, Instagram, Unelmat liikkeelle –web page, homepage of GBK and articles in newspapers - were utilized in marketing of the event.</p> <p>The aim was to get about fifty participants for the event, which was reached. Almost one hundred girls with their parents came to the event. For the purposes of after marketing, we collected contact information of the participants.</p> <p>The principal was satisfied for the result and hoped that FutisFun would continue to be arranged also in the future. In the discussion part we have considered possible development ideas, which can be utilized in the next FutisFun event.</p>	
Keywords Event, event marketing, football, girls, Kokkola	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tapahtuman järjestäminen	2
2.1	Suunnittelu	3
2.2	Organisaatio	5
2.2.1	Tapahtuman isännät	6
2.2.2	Yhteistyökumppanit.....	6
2.2.3	Sponsorointi	7
2.2.4	Sosiaalinen media organisaatiossa	8
2.3	Palvelun laatu	8
2.4	Turvallisuus.....	9
2.5	Tapahtuman päättäminen	10
2.5.1	Palautteen kerääminen	11
2.5.2	Yhteenveto ja kiittäminen	12
3	Tapahtumamarkkinointi	13
3.1	Tapahtuman mainonta	14
3.2	Markkinointisuunnitelma.....	15
3.3	Kohderyhmän tavoittaminen.....	16
3.3.1	Ennen tapahtumaa.....	17
3.3.2	Tapahtuman aikana	17
3.3.3	Tapahtuman jälkeen.....	18
3.4	Budjetti.....	18
4	Lasten ja nuorten harrastajamäärät ja motivaatio liikkumiseen	20
4.1	Harrastajamäärien kehitys	20
4.1.1	Jalkapallon harrastajamäärät Suomessa.....	20
4.1.2	Harrastustoiminta Kokkolassa	20
4.2	Liikuntamotivaatio	22
4.3	Sisäinen ja ulkoinen motivaatio	23
5	Gamlakarleby Bollklubb r.f (GBK).....	25
5.1	Seuratoiminta tänään	25
5.2	Projektin toimeksiantaja	25
6	Työn tavoite ja kohderyhmä	27
7	Tapahtuman suunnitteluprosessi.....	28
7.1	Tiedon hankkiminen	29
7.2	Tapahtuman organisaatio	29
7.3	Tapahtuma-aika	30
7.4	Tapahtumapaikka	30
7.5	Tapahtuman ohjelma	30
7.6	Tapahtuman markkinointi.....	32

7.7 Tapahtuman turvallisuus	33
8 Tapahtuman toteutus	34
8.1 Rakennusvaihe	34
8.2 Itse tapahtuma	35
8.3 Yhteenveto.....	39
9 Tapahtuman jälkitoimet	40
9.1 Tapahtuman palautteet	41
10 Pohdinta.....	44
Lähteet	49
Liitteet.....	53
Liite 1. Toimintasuunnitelma	53
Liite 2. Tapahtumakäsikirjoitus.....	58
Liite 3. Muistilista tarvittavasta materiaalista	60
Liite 4. Tapahtuman turvallisuussuunnitelma	62
Liite 5. Tapahtuman mainosjuliste.....	64
Liite 6. Tapahtuman pohjapiirros ja pisteet.....	66
Liite 7. Tapahtumassa jaettava materiaali	67
Liite 8. Tapahtuman palautekysely.....	68
Liite 9. Palautekyselyn avointen kysymysten vastauksia.....	70
Liite 10. Tapahtumaan liittyvät julkaisut.....	72
Liite 11. Ruotsinkielinen pidempi tiivistelmä	77

1 Johdanto

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Gamlakarleby Bollklubb (GBK). GBK:lla oli tarve toteuttaa matalankynnyksen liikuntatapahtuma lapsille ja saada tällä tavoin lisää näkyvyyttä seuralle. Opinnäytetyön tavoite on vastata tähän tarpeeseen ja luoda uusi, tytöille suunnattu jalkapallotapahtuma. GBK halusi tapahtuman, joka tavoittaisi matalalla kynnyksellä uusia tyttöjä harrastuksen pariin ja tarjoaisi samalla uudenlaisen tapahtuman jo lajin parissa harrastaville. Tapahtuman avulla tullaan markkinoinnin eri keinoin hankkimaan seuralle lisää näkyvyyttä niin tyttö- kuin naisjoukkueellekin. (Kåla 2017.)

Tässä opinnäytetyössä perehdytään tapahtuman järjestämiseen, markkinointiin, lasten ja nuorten harrastajamääriin sekä liikuntamotivaatioon. Työssä suunnitellaan ja toteutetaan jalkapallotapahtuma 5-12 – vuotiaille tytöille. Projektin onnistumiseksi on tehty yhteistyötä toimeksiantajan lisäksi myös Kokkolan kaupungin ja muiden yritysten kanssa. Yhteistyökumppani Kokkolan kaupungin liikuntapalvelujen pyynnöstä tullaan huomioimaan myös Suomi100 juhluvuosi tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa.

Tapahtumalla halutaan muistuttaa, niin lapsia kuin lasten vanhempia liikunnan tärkeydestä. Säännöllinen ja monipuolinen liikunta on terveen kasvun ja kehityksen edellytys. Liikunta antaa positiivisia kokemuksia, tunteen kuulua sosiaaliseen yhteisöön ja vaikuttamisen mahdollisuuksia. Vanhempien liikuntamyönteisellä asenteella ja käyttäytymismallilla on suuri merkitys lasten ja nuorten liikunnallisen elämäntavan löytämiseen. (Karvinen, Rätty & Rautio 2010, 4; Kullström & Ruotsalainen 2014, 65.)

Opinnäytetyössä on pyritty käsittelemään kokonaisvaltaisesti tapahtuman järjestämiseen, markkinointiin, lasten ja nuorten motivointiin liittyvää teorial tietoa. Työssä kerrotaan myös toimeksiantajasta ja lajin tilanteesta Kokkolassa. Teoriatiedon pohjalta on pystytty suunnittelemaan ja toteuttamaan tytöille suunnattu jalkapallotapahtuma. Opinnäytetyöhön on kuulunut suurena osana tapahtuman suunnittelu, toteutus ja purku.

2 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen etenee aina vaiheittain ja jokainen vaihe vaatii erilaisia toimenpiteitä; tavoitteiden määrittely, suunnittelu, toteutus ja päättäminen (Iiskola-Kesonen 2004, 8). Onnistunut tapahtuma ei synny koskaan itsestään. Tapahtuman suunnittelu ja järjestäminen vie aikaa, vaivaa sekä myös rahaa. Suunnitteluvaiheessa tulisi miettiä tarkkaan, mikä on tapahtuman tavoite ja mitä ollaan järjestämässä. Aina olisi hyvä asettaa myös kohderyhmän asemaan ja miettiä, mikä tai mitkä asiat, ideat, teemat, elämykset tai arvot ovat sellaisia, että ne saavat osallistujan innostumaan ja osallistumaan tapahtumaan. (Vallo, 2009, 40.) Tapahtumia voidaan kuitenkin järjestää monin eri tavoin ja moniin eri tarkoituksiin (Vallo & Häyrinen 2016, 75).

Tapahtuman järjestäminen on tyypillinen projektityö. Tapahtumalla on oltava selkeät tavoitteet ja oma aikataulu. Projektin tapaan tapahtuma on yleensä myös kertaluontoinen. Tapahtumaan kuuluu myös oma organisaatio. Tapahtuma ei ole enää projekti, jos se kehittyy kertaluontoisesta tapahtumasta perinteiseksi tapahtumaksi. Silloin se on osa organisaation vakituista toimintaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

Tapahtuma on mahdollista toteuttaa monella eri tapaa. On mahdollista toteuttaa tapahtuma itse alusta loppuun asti tai se on mahdollista ostaa ulkopuoliselta taholta räätälöitynä. Tapahtuman eri osat voidaan ostaa myös eri ohjelmatarjoajilta ja rakentaa niin sanottu ketjutapahtuma. Voidaan myös hyödyntää jo olemassa olevaa kattotapahtumaa, kuten esimerkiksi urheilukilpailua tai konserttia. Valintaan vaikuttaa usein monta eri seikkaa, kuten tavoite, kohderyhmä, budjetti, aikataulu, tarjolla olevat kattotapahtumavaihtoehdot sekä oman organisaation osaaminen ja työtilanne. Aina tapahtumaa järjestäessä on hyvä muistaa, että tapahtuma on tilaisuus, oli se sitten minkä tyyppinen tai kokoinen tahansa. Perusasioiden on kuitenkin oltava aina kunnossa. (Vallo & Häyrinen 2016, 75.)

Itse rakennettu tapahtuma on oman organisaation suunnittelema ja toteuttama tapahtuma. Tällöin se vaatii sitoutumista ja kovaa työpanosta, kun kaikki tekeminen on käytännössä organisaation vastuulla. Edellytyksenä on osaavan tapahtuman löytäminen oman organisaation sisältä. Organisaatiot päätyvät usein omien resurssien käyttöön kustannussyistä. Kannattaa kuitenkin miettiä tarkkaan löytyykö organisaatiosta ammattitaitoisia tapahtuman järjestäjiä, koska käytetty työaika on monesti moninkertainen ulkopuoliseen toteuttajaan verrattuna. Etuja itse rakennetussa tapahtumassa ovat valta päättää täysin tilaisuuden tyyli sekä erillisiä suunnitteluun kuluvia kustannuksia ei tule. Haasteiksi voi kuitenkin kokea suuri työmäärä, vastuu ja organisaation osaamisen tai kokemuksen puute. (Vallo & Häyrinen 2016, 78.)

Jokainen järjestetty tapahtuma on ainutlaatuinen, koska se järjestetään ja koetaan vain kerran. Tapahtumassa vieraat ja järjestäjät tapaavat toisensa. Nykypäivänä se, että saa ihmiset tulemaan tilaisuuteen, on jo tosi iso voitto. Kilpailu eri tapahtumista on nykyään kovaa ja ihmisten ajankäyttö on haasteellista. Sähköinen media on tehnyt sen, että ihmiset miettivät tarkasti, mihin tapahtumiin osallistuvat. Tästäkin syystä ihmisten odotuksia ei saisi pettää, kun he osallistuvat tapahtumaan. Tapahtuman mainoksessa annetut odotukset pitäisi täyttää ja mieluummin vielä ylittää. Tapahtuma on organisaatiolle myös ainutlaatuinen myyntitilaisuus, vaikka siellä ei mitään myytäisikään. Tapahtuma on ainutlaatuinen tilaisuus kerätä mainetta ja tehdä vaikutus jopa tuntemattomiin ihmisiin. Sellaisiin, jotka eivät ole organisaation asiakkaita, mutta voivat olla niitä tulevaisuudessa. (Vallo 2009, 43–44.)

2.1 Suunnittelu

Tämä seuraava sanonta pätee myös tapahtuman järjestämiseen - ”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” (Iiskola- Kesonen 2004, 9). Kun tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan, tarkoituksena olisi saada esille runsaasti erilaisia ajatuksia ja ideoita, joita voidaan myöhemmässä vaiheessa karsia pois (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 7). Idea projektille voi syntyä myös esimerkiksi yrityksen kilpailukyvyn tai tuloksen kohentamisesta. Idea voi liittyä uuden palvelun tai tuotteen kehittämiseen. Tarjouspyyntö, sisäiset toiveet tai toimeksianto voivat laittaa myös projektin alulle. (Lööw 2002, 22.) Ideointivaiheessa on kuitenkin hyvä käyttää erilaisia työkaluja, jotta saadaan niin sanotusti ”ajatus lentämään”. Käytettyimpiä menetelmiä ovat aivoriihiyöskentely, mind mapping sekä SWOT-analyysi. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 7.) Alla olevassa kuviossa (kuvio 1) on pohdittu mind mapin avulla erilaisia kysymyksiä tapahtuman järjestämiseen liittyen.



Kuvio 1. Tapahtuman ideointia mind mapin avulla (Vallo & Häyrynen 2016, 128).

Jos tapahtuman suunnitteluvaiheessa on käyty läpi kaikki nämä yllä olevat kysymykset (kuvio 1) ja haettu niihin vastaukset, lähtökohta onnistuneelle tapahtumalle on hyvä. Usein perusteellisen ja kokonaisvaltaisen suunnittelun jälkeen syntyy idea tai teema sekä tapahtuman punainen lanka. (Vallo & Häyrynen 2016, 127.)

Projektin käynnistämiseen tarvitaan siis paljon innostavia ideoita, mutta täytyy kuitenkin miettiä kriittisesti ja realistisesti ennen kuin ideasta lähdetään kehittämään projektia. Huolellinen taustatyö on todella tärkeää. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 7.) Perinteinen SWOT-analyysi, joka listaa vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, on hyvä apuväline myös tapahtuman suunnitteluun. SWOT-analyysin (Taulukko 1) avulla voidaan miettiä tapahtuman riskejä ja uhkia. (Iiskola-Kesonen 2004, 9-10.)

Taulukko1. SWOT-analyysi tapahtuman suunnittelussa (Iiskola - Kesonen 2004, 10)

	VAHVUUDET		HEIKKOUEDET	
MAHDOLLISUUDET	Hyödynnä		Kehitä/Korjaa	
	Varaudu		Vältä/Torju	
UHAT				

Jotta projekti saadaan alulle, on oltava käyttökelpoinen idea, mutta myös projektin asettaja, rahoitus, tekijät ja aikataulu. Jos näitä osatekijöitä ei pystytä varmistamaan, on turha lähteä suunnittelemaan isompaa tapahtumaa. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 7.) Tämän takia tulisi laatia kattava projektisuunnitelma, joka kertoo projektin tavoitteet ja niiden arvioitavat, tulokset, toimenpiteet, organisaation, toteutusaikataulun sekä budjetin (Iiskola-Kesonen 2004, 10).

Tapahtuman huolellinen ja kokonaisvaltainen suunnittelu auttaa arvioimaan, ovatko tavoitteet realistisia ja selkeästi määriteltyjä. Tavoitteet tulisikin ilmaista yksinkertaisesti ja ymmärrettävästi. Tällöin ne on helppo kertoa myös kaikille tapahtumaorganisaatioon kuuluville. Selkeät tavoitteet kertovat myös ammattitaitoisista järjestäjistä ja helpottavat markkinointia tapahtumaa. Suunnittelu auttaa löytämään keinot, joilla tavoitteet voidaan saavuttaa ja tapahtuma onnistumaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 8-9.)

Tapahtuman suunnittelussa tulee ottaa huomioon myös itse tapahtuman järjestäminen, tapahtumamarkkinointi sekä tapahtumasta tiedottaminen. Suunnittelun rinnalla voidaan aloittaa tapahtuman konkreettiset valmistelut. Tapahtuma on aina tapahtumajohtajien tai tekijöiden näköinen. Tapahtumanjohtajan on tärkeää antaa vastuuta, kiittää, kannustaa. Tapahtuman aikana johtajan tulee huomioida tapahtumaan osallistuvat yhteistyökumppanit. Täytyy kuitenkin muistaa, että suunnittelulle jätetään tarpeeksi aikaa, muuttuvien olosuhteiden varalle. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 8.)

2.2 Organisaatio

Tapahtuman takana on aina asettaja, joka on vastuussa kaikesta. Onnistuakseen organisaatio tarvitsee osaavaa johtamista, joten organisaation tehtävänä on päättää projektille johtoryhmä ja valita projektipäällikkö. Projektipäällikkö vastaa projektin päivittäisestä johtamisesta ja siihen liittyvästä päätöksenteosta sekä yhteydenpidosta projektin johtoryhmään ja sidosryhmiin. Projektipäälliköksi tulisi valita henkilö, jolla on riittävästi tietotaitoa, kokemusta, innostusta, aikaa sekä resursseja sitoutua projektiin. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 8-9; Ruuska 2007, 21.) Hänellä pitää olla myös kyky delegoida, raportoida, johtaa ja päättää projektiin liittyvistä asioista. Olisi myös erityisen tärkeää, että projektipäällikkö pystyisi erottelamaan omat mielipiteet projektin tavoitteista. Projektipäällikön tulee huolehtia, että jokainen tietää oman tehtävänsä sekä aikataulunsa ja vielä niin, että kaikki toimii tapahtuman tavoitteen mukaisesti. (Vallo & Häyrynen 2016, 267.)

Projektipäällikkö ei saa kiinnittää itseään mihinkään kiinteään tehtävään, vaan hänen on pystyttävä tarkkailemaan onnistumista ja kannustamaan työntekijöitä. Projektipäällikkö on

myös se henkilö, joka ratkoo tarvittaessa ongelmatilanteet. Tämän takia projektipäällikön tulisikin säilyttää rauhallisuutensa koko projektin ajan. Hänen on oltava koko projektin ajan esikuvana ja luotava kannustavaa ilmapiiriä ympärilleen. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

Projektipäälliköllä on selkeä kuva eli visio tapahtumasta, joka hänen olisi myös osattava viestiä oikein muulle projektitiimille. Vallo ja Häyrinen (2016) viittaavat Leif Åbergin viestintäoppeihin, jonka mukaan projektiryhmä, joka on sisäistänyt yhteisen vision, saa aikaan enemmän ja laadultaan parempaa sekä kokee lisäksi työn iloa ja henkistä kasvua. Voidaan siis todeta, että ihmeitä voidaan saada aikaan, jos siellä vallitsee hyvä ryhmähenki. (Vallo & Häyrinen 2016, 269.)

Projektipäällikkönä voi toimia henkilö omasta organisaatiosta, mutta myös tapahtumatoimiston henkilö voi olla projektipäällikkö. On myös mahdollista, että on kaksi projektipäällikköä, jotka toimivat työpareina varsinkin isommissa projekteissa. Projektipäälliköstä voidaan käyttää myös nimeä tapahtumatuottaja. (Vallo & Häyrinen 2016, 267.)

2.2.1 Tapahtuman isännät

Onnistuneeseen tapahtumaan tarvitaan sitoutuneita ja kunnianhimoisia työntekijöitä eli isäntiä. Kaikista ei ole kuitenkaan isänniksi, mutta joillekin se sopii paremmin. Jos organisaatiossa on ihmisiä, jotka tykkäävät isäntinä olemisesta, heitä kannattaisi hyödyntää siinä työssä. (Vallo & Häyrinen 2016, 274.) Täytyykin muistaa, että isäntänä oleminen on työtä ja isännän vastuulla on ymmärtää olevansa tilaisuudessa töissä. Isännän tulee tietää, mikä on tapahtuman tavoite ja mikä on isännän rooli siinä, että tavoite saavutetaan. Koko organisaation pitää pyrkiä työllään tapahtuman tavoitteeseen. Sitoutumista pystytään lisäämään, kun koko tapahtumahenkilökunta otetaan mukaan jo suunnitteluvaiheessa ja pidetään kaikki ajan tasalla koko projektin ajan. Isännän tulisi myös tietää tapahtuman käytännön järjestelyistä ja sisällöstä, niin että hän voi opastaa vieraita tarpeen vaatiessa. Isännän vastuulla on kuitenkin se, että kutsutut viihtyvät. Kaikki on suunniteltu etukäteen, mutta isännät ovat tapatumassa sitä varten, että vieraat saavat tapahtumasta kaiken irti. (Vallo 2009, 49–51.)

2.2.2 Yhteistyökumppanit

Eri organisaatioiden välistä yhteistyötä on hyvä kartoittaa ennen tapahtuman järjestämistä. Yhteistyö mahdollistaa monesti kulujen jakamista useiden toimijoiden kesken. Tapahtumajärjestäjien olisi hyvä olla aktiivisia ja ehdottaa yhteistyötä, etenkin jos on ensi kertaa järjestämässä tapahtumaa. Onnistuneella yhteistyöllä voidaan saada aikaan suurempaa alueellista kiinnostusta. Jo tapahtuman ideointivaiheessa voisi miettiä mitä muita

mahdollisia oheistapahtumia voisi yhdistää tapahtumaan. Tällä tavalla oma tapahtuma saa enemmän sisältöä ja yhteistyökumppaneita. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 10.)

Järjestävän organisaation on kerrottava yhteistyökumppaneille tapahtuman tavoite, kohderyhmä ja millaista yhteistyötä toivotaan. Pitäisi myös pystyä arvioimaan kuinka paljon tapahtumaan odotetaan kävijöitä, pystytään hahmottamaan jakomateriaalin määrä. Yhteistyökumppanit miettivät varmasti myös omaa roolia ja tavoitetta tapahtumaan osallistussaan. Tapahtuman kävijät kokevat monesti tällaisen kumppanitapahtuman kuitenkin järjestäneen organisaation tapahtumaksi. Hyvää tapahtumasuunnittelua on miettiä yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa mitä lisäarvoa kumppanit voivat tapahtumalle antaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 265–266.)

2.2.3 Sponsorointi

Sponsorointisopimuksia tehdään paljon järjestöjen ja seurojen piireissä ja sitä käytetään markkinoinnin välineenä yritysten markkinointistrategiassa. Voidaan todeta, että urheilu on edelleenkin suurin sponsoroinnin kohde. Monesti ajatellaan, että on helppo lähteä mukaan sponsorioimaan jotakin hanketta tai tapahtumaa laittamalla logo julisteeseen tai esitteeseen. Tärkeämmäksi kysymykseksi nousee kuitenkin se, miten tällaiset yhteistyöhankkeet saadaan molemmille osapuolille tarpeeksi hyödyllisiksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 93–94.)

Tapahtumamarkkinointi voikin olla eritasoista:

1. Käytetään tapahtuman mainosarvoa hyväksi.

Sponsoroiija saa maksua vastaan oikeuden käyttää tapahtuman logoa oman tuotteensa markkinoinnissa. Esimerkkinä tästä on olympialaisten tunnuksen käyttö.

2. Mainostetaan tapahtumapaikalla.

Kun sponsorin mainokset näkyvät tapahtumapaikalla, ohjelmajulisteissa, pääsylipuissa ja muissa tapahtuman markkinointimateriaaleissa.

3. Tuetaan tapahtumaa.

Kiinteässä yhteistyössä organisaation tuki voi olla välttämätön edellytys tapahtuman aikaansaamiseksi. Sponsor voi sitoutua rahalliseen tukeen mutta myös tapahtuman markkinointiin. Silloin se voi kutsua myös sidosryhmiään tapahtumaan.

4. Luodaan oma tapahtuma.

Sponsor voi luoda kokonaan uuden tapahtuman tai toteuttaa osana jo olemassa olevaa tapahtumaan oman erillisen kokonaisuuden. Koko tapahtuma voidaan nimetä sponsorin tai tuotteen nimellä. (Vallo & Häyrinen 2016, 93–94.)

Nykyisin tapahtumanjärjestäjät hakevat sponsoroinnin tilalle erilaisia yhteistyökumppaneita, jotka ovat valmiita osallistumaan tapahtuman markkinointiin ja osallistumaan muillakin tavoin tapahtuman organisointiin (Vallo & Häyrynen 2016, 94–95).

2.2.4 Sosiaalinen media organisaatiossa

Sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia kannattaa hyödyntää tapahtumien järjestämisessä. Sosiaalista mediaa pystytään hyödyntää ennen tapahtumaa, itse tapahtumassa ja vielä tapahtuman jälkeenkin jälkimarkkinoinnissa. Mikäli kyse on oikein isosta tapahtumasta, voidaan tapahtumaa suunnittelevien kesken perustaa suljettu Facebook-ryhmä, jossa keskustellaan ja vaihdetaan ideoita tapahtumasta. Ryhmän käyttäminen yhteydenpitovälineenä vähentää huomattavasti sähköpostiliikennettä ja kaikki sisältö jää Facebookissa samaan paikkaan. Ryhmään voidaan liittää keskeisiä asiakirjoja, kuten esimerkiksi muistioita, tarjouksia ja yhteystietoja. Facebook mahdollistaa reaaliaikaisen keskustelun ryhmäläisten kanssa. (Vallo & Häyrynen 2016, 102–103.)

2.3 Palvelun laatu

Laatu käsitteenä ymmärretään monesti eri tavoin ja väärin. Laatu on suhteellinen käsite, jota voidaan arvioida tilanteen ja asetettujen tavoitteiden mukaan. Tuotteen tai palveluiden laatua voidaan arvioida sen perusteella, miten tulos vastaa asetettuja tavoitteita. Laatua ei voi suoraan mitata, varmistaa eikä kehittää. Laatu muodostuu pienistä asioista, jotka eivät välttämättä maksa mitään. (Ruuska 2012, 234.)

Laadusta vastaa koko projektiryhmä ja laatutoiminta kuuluu jokaiselle koko projektin ajan. On väärin ajatella, että projektissa olisi joku erillinen ryhmä, joka vastaa laadusta. Samalla tavalla kuten projektisuunnittelu myös laatutoiminnan tulee olla etukäteen mietitty. Laatutoiminta kohdistuu projektin toteutus- ja ohjausprosessiin. Lopullisen palvelun sisällön lisäksi projektilla on aina myös aika- ja kustannustavoitteita, jotka on otettava huomioon kun laatua arvioidaan. Laatu tulee aina muistaa ymmärtää laajana käsitteenä, niin, että se sisällyttää yhtälailla ohjausprosessiin liittyvät tekijät, sekä työmäärä- ja kustannusarvioiden ja aikataulujen pitävyyden. Palvelun sisällöllisen laadun korostamiseen liittyy usein myös täydellisyyden tavoittelu. Mielenkiintoisilla yksityiskohdilla tai erikoistapauksilla, ei ole usein lopullisen palvelun toiminnan tai käytön näkökulmasta juurikaan merkitystä. Niiden toteuttaminen vie kuitenkin paljon aikaa ja rahaa. Yleensä ei ole järkevintä vaatia parasta laatua, vaan paremminkin tarkoituksenmukaista laatua. (Ruuska 2012, 235–236.)

2.4 Turvallisuus

Kaikissa tapahtumissa on turvallisuuden oltava aina kunnossa. Laki määrittää useita asioita koskien tapahtuman järjestämisen turvallisuutta. Kokoonjumislaki ja järjestyksenvallvonnanlaki säätelevät tapahtuman turvallisuutta, pelastuslaki velvoittaa ehkäisemään ja varautumaan vaaratilanteisiin, terveydensuojelulaki velvoittaa toimimaan turvallisesti elintarvikkeiden kanssa ja kuluttajapalveluiden laki määrittelee kuluttajan oikeuksia koskevia asioita. (Iiskola – Kesonen 2004, 87.)

Täytyy kuitenkin muistaa, että virallisia ja lakien edellyttämiä suunnitelmia tärkeämpää on se, että turvallisuus kysymykset on mietitty etukäteen tapahtumakohtaisesti ja mahdollisiin riskeihin on varauduttu. Kaikkien tapahtumassa työskentelevän on tiedettävä, missä on varapoistumistiet, esisammutuskalusto, kokoonjumispaikka sekä ensiapupisteen paikka ja vastaava henkilö. Tapahtumapaikan osoite on oltava kaikilla työntekijöillä tiedossa. (Vallo & Häyrinen 2016, 216–217.)

Tapahtumien turvallisuudesta vastaa aina järjestäjä. Järjestäjän tulee arvioida turvallisuusriskit ja arvioida sen mukaan turvajärjestelyt ja henkilökunnan määrä. Paikalliselta poliisilta voi varmistaa, tarvitseeko tapahtumaan koulutettuja järjestyksenvallvoja. Joskus tapahtumalle tarvitaan pelastus- ja turvallisuussuunnitelma. Turvallisuussuunnitelmassa kuvataan tarkasti, miten toimitaan onnettomuuden sattuessa. Perustietojen lisäksi suunnitelmassa tulisi myös kartoittaa tapahtuman turvallisuuden kannalta mahdolliset henkilöriskit ja sen jälkeen omaisuuteen tai ympäristöön kohdistuvat riskitekijät. Riskejä analysoidessa ensin on kartoitettava, millaisia vaaroja tapahtumaan liittyy ja mikä on niiden todennäköisyys. Tämän jälkeen on mietittävä, millaisia seurauksia havaittujen riskien toteutumisesta voi syntyä. Tämän jälkeen on päätettävä toimenpiteistä, joiden avulla havaitut riskit voidaan poistaa tai niiden syntymisen todennäköisyyttä voidaan pienentää. (Vallo & Häyrinen 2016, 217.)

Tiivistetysti pystytään sanomaan, että tapahtumaturvallisuuteen kuuluu, tapahtuman riskianalyysi, turvallisuussuunnitelma, joka sisältää yleensä lain edellyttämän pelastussuunnitelman, tapahtumapaikan oma pelastussuunnitelma sekä turva- ja ensiapuhenkilöstö. Tapahtuman aikana kuitenkin kaikki työntekijät vastaa omalla toiminnallaan siitä, että turvallisuus säilyy. Tästä syystä henkilökunnan perehdyttäminen tapahtuman sisältöön, alueeseen, riskeihin ja turvallisiin toimintatapoihin on tärkeää. Vastuu tapahtuman kokonaisturvallisuudesta on kuitenkin järjestäjällä. Onnistunut tapahtuma on osoitus siitä, että myös turvallisuus on huomioitu hyvin. (Vallo & Häyrinen 2016, 220.)

Tapahtuman järjestämiseen tarvittavien lupien määrä riippuu tapahtuman luonteesta ja koosta. Suurimmalle osalle tapahtumista pakollisia ovat tapahtumapaikan haltijan lupa sekä poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuudesta. (Vallo & Häyrynen 2016, 219.) Kokoon-tumislaisissa yleisötilaisuudella tarkoitetaan yleisölle avoimia huvitilaisuuksia, kilpailuja, näytöksiä ja muita niihin rinnastettavia tilaisuuksia, jotka eivät ole yleensä kokouksia (Lampinen & Välikylä 2009, 5). Poikkeuksena voi kuitenkin olla yleisötilaisuus, jonka osan-ottajamäärä on vähäinen, tilaisuuden luonne tai järjestämispaikan takia, ei edellytä toimia järjestyksen tai turvallisuuden ylläpitämiseksi tai sivulliselle ja ympäristölle aiheutuvan hai-tan estämiseksi tai erityisiä liikennejärjestelyjä. (Liskola – Kesonen 2004, 87.)

Lupien hakeminen ja ilmoitusten tekeminen on tapahtuman järjestäjän vastuulla. Tapahtu-man järjestäjän on otettava hyvissä ajoin selvää, millaisia lupia tai ilmoituksia tapahtuma vaatii. Tapahtumajärjestäjän on tehtävä lain mukaan ilmoitus vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista. Ilman tarvittavia lupia tapahtumaa ei saa järjestää, ja polii-silla on oikeus keskeyttää tapahtuma tarvittavien lupien puuttuessa. (Tampereen tapahtu-matoisto 2017; Vallo & Häyrynen 2016, 219.)

Musiikinkäyttölupa tulisi hakea etukäteen jokaiseen tapahtumaan, jossa soitetaan liveinä tai tallenteelta tekijänoikeudella suojattua musiikkia. Lupa on haettava ja saatava ennen ensimmäistä sillä järjestettävää tapahtumaa. Tapahtumalupa tarvitaan sekä maksullisiin että maksuttomiin tapahtumiin ja myös yritysten henkilökunnalleen tai asiakkailleen järjes-tämiin tapahtumiin. (Tampereen tapahtumatoimisto 2017.)

Meluilmoitus olisi hyvä tehdä vain, jos melua aiheuttavat tilapäiset toiminnot ovat erityisen häiritseviä. Mikäli melu on voimakkuuden, keston, toistuvuuden tai ajankohdan vuoksi eri-tyisen häiritsevää lähistöllä asuville, oleskeleville tai työskenteleville tulee siitä tehdä ilmoi-tus. Jokaisen tapahtumapaikkakunnan järjestyssäännöistä selviää sallittu melunmäärä sii-hen liittyvät kellonajat. Ilmoitusvelvollisuus ei kuitenkaan koske pienimuotoisia tapahtumia, joiden äänitaso ei ylitä alueen tavanomaista melutasoa. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 16.) Erillinen jätehuoltosuunnitelma vaaditaan suuremmilta yleisötilaisuuksilta, etenkin jos niissä tarjoillaan ruokaa tai juomaa (Tampereen tapahtumatoimisto 2017).

2.5 Tapahtuman päättäminen

Tapahtuman jälkeen vastuuhenkilöiden tulee huolehtia tapahtumapaikan siivouksesta sekä mahdollisten rakenteiden purkamisesta sekä vuokra- ja lainavälineiden palauttami-sesta. On tärkeää, että purkaminen, siivoaminen ja muut lopputyöt suunnitellaan ja aika-taulutetaan etukäteen. Tapahtuman loppuvaiheessa tai tapahtuman jälkeen täytyy hoitaa

myös palautteen kerääminen, jälkimarkkinointi ja mahdolliset yhteydenotot. Tämä vaihe on erityisen tärkeä, koska viimeistään silloin pyritään vaikuttamaan osallistujien mieleen ja jättämään positiivinen kuva järjestävästä organisaatiosta. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 35.)

2.5.1 Palautteen kerääminen

Tapahtuman jälkeen on syytä käydä läpi, että missä asioissa onnistuttiin ja missä on parantamisen varaa. Arviointi kohdistuu toimintaan ja toimenpiteisiin. On hyvä päättää ajoissa, miten tapahtumapalaute toteutetaan ja kerätään. Sekä milloin tapahtumaa koskeva arviointi tapahtuu ja kenen palaute on tärkeä tapahtuman kehittämisen kannalta. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 35.)

Palaute voidaan kerätä kirjallisesti tai sähköisesti paikanpäällä tai niin, että lomake palautetaan myöhemmin, erillisellä mobiilisovelluksella, sähköpostitse tai vaikkapa puhelimitse. Kirjallinen palaute olisi hyvä kerätä tapahtuman lopuksi ja siihen liittyvää arvontaa voidaan pitää houkuttimena, jotta saadaan mahdollisimman moni vastaamaan palautekyselyyn. Hyvin toimiva vaihtoehto on myös kerätä palaute sähköpostilla, josta pääsee linkin kautta palautekyselyyn. Palaute on kuitenkin syytä kerätä pian tapahtuman jälkeen, koska kaikki ovat silloin vielä tuoreessa muistissa, jolloin vastaaminen on kaikille vaivatonta. Palautteiden kysymykset tulisi esittää niin, että vastausten perusteella saadaan laaja kuva tapahtuman onnistumisesta ja tieto päästiinkö tavoitteisiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 225–226.)

Oman organisaation palautteen kerääminen on myös todella tärkeää. Tulisi selvittää miten isännät kokivat informaation ennen tapahtumaa, mikä oli hyvää ja missä olisi vielä parantamisen varaa itse tapahtumassa. Tulisi myös kerätä suullista palautetta, niin omalta organisaatiolta kuin osallistujilta, koska ihmiset kertovat usein enemmän ja totuudenmukaisemmin, mitä kirjoittavat palautekyselyyn. Palautekyselyn lisäksi kannattaa käyttää suullista palautetta hyväksi ja käydä se läpi palautepalaverissa. Suullinen palaute tulisi myös kirjata ylös, ettei se unohdu. (Vallo & Häyrinen 2016, 227.)

Tapahtumanjärjestäjät analysoivat palautteen, jotta tehdyt virheet voidaan korjata ennen seuraavan tapahtuman suunnittelua. Palautteita analysoitaessa on muistettava, että totuus on osallistujilta tulevassa palautteessa, ei siinä miltä se itsestä tuntui. Huolellinen raportointi on hyvin arvokasta tietoa seuraavaa tapahtumaa järjestettäessä. Arviointitilaisuuteen on hyvä kutsua kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuneet tahot: oma väki, yh-

teistyökumppanit ja talkooväki. Kun tapahtuma on päättynyt kaikkien osalta hyvällä mielellä, on helpompaa lähteä tekemään seuraavaa tapahtumaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 12; Vallo & Häyrinen 2016, 227.)

2.5.2 Yhteenveto ja kiittäminen

Yhteenveto ja kiittäminen tehdään viimeisenä. Varsinkin suurissa tapahtumissa pidetään yhteinen palautepalaveri. Palaverissa käydään läpi osallistujien ja isäntien palaute. Arvioidaan tapahtuman tavoitteen toteutumista ja mietitään tapahtuman jatkosuunnitelmia. Palaveri olisi hyvä pitää siinä vaiheessa kun mielenkiintoa on vielä jäljellä ja kaikki on vielä hyvässä muistissa. Jokaisen tapahtuman yhteenveto tulisi tehdä kirjallisena. Yhteenvetoon on myös hyvä liittää suunniteltu ja toteutunut budjetti. Vaikka kaikki ei olisi mennyt suunnitelmien mukaan, on kuitenkin hyvin ammattitaitoista päättää tapahtuma aina palautepalaveriin ja yhteenvetoon. Kenelläkään ei jää mitään epäselvyyksiä ja voidaan lähteä viisaampina kohti seuraavia tapahtumia. (Vallo & Häyrinen 2016, 228–229.)

Kiitoksen ilmaiseminen tapahtuman mahdollistaneille on aina tarpeellista ja tällä tavoin voidaan myös varmistaa, että toimijoita on myös jatkossakin. Yhteistyökumppaneiden muistaminen ja kiittäminen tulisi tehdä mahdollisimman pian tilaisuuden jälkeen. Kiitoslahjan antaminen yhteistyökumppaneille on monesti paikallaan ja se toimii samalla myös hyvänä jälkimarkkinointina. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2008, 35.)

Onnistunut tapahtuma on sellainen, että se muistetaan vielä pitkään tapahtuman jälkeenkin. Se on sellainen, että se erottuu myönteisesti muista tapahtumista ja erityisesti kilpailijoiden toiminnasta. Se saa aikaan positiivisia mielikuvia organisaatiosta ja mahdollisesti muokkaa mielikuvaa organisaatiosta, tuotteista, palveluista ja ihmisistä myönteiseen ja haluttuun suuntaan. (Vallo 2009, 41.)

Jotta tapahtumasta muodostuisi perinne, riippuu se siitä millaisen suosion ensimmäinen tai muutamat ensimmäiset tapahtumat sujuvat. Vaikkakin tapahtuma osoittautuisi menestykseksi heti alusta alkaen, jatkuvuuden takaamiseksi sen on uudistuttava joka kerta ainakin vähän. Tapahtumia tulee hioa ja olla ajankohtaisia. Oma organisaatio ei myöskään saisi kyllästyä tapahtumiin, joista on tullut perinne. Jostain tulisi löytää aito innostus sekä on hyvä muistaa, että jokaisessa tapahtumassa on aina ensikertalaisia, joille tapahtuma on aivan uusi ja ennen kokematon. Jotta tapahtuma pysyisi yllätyksellisenä vuodesta toiseen, on syytä vaihtaa tapahtuman projektipäällikköä riittävän usein. (Vallo & Häyrinen 2016, 88–91.)

3 Tapahtumamarkkinointi

Markkinoinnilla tarkoitetaan määrätietoista toimintaa joka välittää organisaation haluaman viestin ja saa ihmiset toimimaan juuri organisaation toivomalla tavalla. Tapahtumamarkkinointi on taas toimintaa joka yhdistää organisaation ja sen teeman, sekä tapahtumaidean joka luo kokonaisuuden koko markkinoinnista. Tapahtumamarkkinointi on siis yhdistelmä markkinoinnista ja tapahtumasta. Tapahtumamarkkinointia voidaan kutsua mitä tahansa tilaisuutta missä vuorovaikutteinen yrityksen toiminta tuodaan yhteen mahdollisten asiakkaiden kanssa. Myös tapahtumat joissa yritys edistää tuotteiden ja palvelujen myyntiä tai muuten markkinoi yritystä, voidaan kutsua tapahtumamarkkinoinniksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 19–20.)

Tapahtumamarkkinointi on tavoitteellista toimintaa, jolla pyritään joko rakentamaan tai vahvistamaan tuotteiden ja palveluiden brändiä tai yksinkertaisesti antamaan näkyvyyttä yritykselle. Tärkeää tapahtumamarkkinoinnissa on, että se on osa organisaation markkinointistrategiaa ja jokaiselle tapahtumalle on määritelty erikseen sopiva kohderyhmä sekä selkeä tavoite. Selkeä tavoite auttaa myös analysoimaan jälkikäteen kuinka hyvin tapahtuma on onnistunut. Jotta voitaisiin puhua tapahtumamarkkinoinnista pitää tapahtuman olla myös hyvin suunniteltu etukäteen sekä itse tapahtumassa pitää toteutua vuorovaikutteisuus, kokemuksellisuus sekä elämyksellisyys. Onnistunut tapahtumamarkkinointi vaikuttaa organisaation tulokseen, se voi antaa lisää näkyvyyttä yritykselle sekä lisätä myyntiä, ja näin ollen jopa vähentää kustannuksia. (Vallo & Häyrinen 2014, 20–23.)

Tapahtumamarkkinointi on merkittävässä osassa koko tapahtuman järjestämisprosessia. Ilman markkinointia ei ole yleisöä ja ilman yleisöä ei voida järjestää tapahtumaa. Tapahtumamarkkinoinnin keinoja on monia. Tapahtumaa markkinoitaessa pitää ottaa ennen kaikkea huomioon kohdeyleisö ja heidän sosiaalisen median käyttö. (Mustikkamaa 2013.) Tapahtumamarkkinoinnin suunnittelu voidaan jakaa kolmeen osaan: markkinointi ennen tapahtumaa, markkinointi tapahtuman aikana sekä markkinointi tapahtuman jälkeen. Jokaisella on omat tehtävänsä ja tavoitteensa, jotka ovat merkityksellisiä tapahtumamarkkinoinnissa. (Seppälä 2011, 82–86.)

Monesti ajatellaan, että markkinointi on ainoastaan myyntiä ja mainontaa, eikä muuhun juurikaan keskitytä. Jos haluaa menestyä ja onnistua markkinoinnilla, se vaatii kuitenkin paljon enemmän. Markkinoinnissa huomio on aina asiakkaissa ja heidän tarpeensa pyritään täyttämään. (Raj, Walters & Rashid 2013, 230.) Markkinointia voidaan kutsua myös yrittäjähenkiseksi ajattelutavaksi, jossa keskitytään erilaisiin analyysihin, suunnittelemi-

seen ja toimeenpanon valvontaan. Tällä voidaan parantaa yrityksen saavutusta sekä asiakkaiden hyötyjä, ja parantaa liiketoiminnan tavoitteita. Nykypäivän mediassa ihmiset kohtaavat jatkuvasti erilaisia mainoksia ja suoramainontaa. Markkinointia ja myyntiä ei pidä kuitenkaan ymmärtää väärin. Nykypäivän markkinointi on loppupeleissä useasti vasta-kohta sille, mitä se antaa ymmärtää. (Beech, Kaiser & Kaspar 2014, 95.) Tapahtumalla ja sen tehokkaalla markkinoinnilla saadaan tehokkaasti huomiota. Monet kaupungit ja paikkakunnat ovat esimerkiksi järjestäneet isoja tapahtumia luodakseen hyvän kuvan kaupungista ja edistääkseen turistien määrää. (Beech, Kaiser & Kaspar 2014, 101.)

3.1 Tapahtuman mainonta

Mainonta on lähettäjän maksamaa, lähinnä joukkotiedotusvälineissä tai internetissä toteutettavaa tiedottamista tavaroista, palveluista ja aatteista. Mainonnan avulla kerrotaan itse tapahtumasta, luodaan mielikuvaa järjestävästä organisaatiosta ja herätetään asiakkaan halu ostaa tuote tai palvelu. Mainonnan suunnittelussa ja toteuttamisessa tulisi käyttää mahdollisuuksien mukaan ammattilaisia, ettei mainonta epäonnistu. Tärkeitä asioita mainonnan suunnittelussa on sanoma, miten media tavoittaa kohderyhmän, kustannukset, ajoitus ja vaikuttavuus. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 116–117.) Markkinoinnin eri tiedotuskanavia voi olla muun muassa lehtimainokset ja -artikkelit, julisteet ja ”flyerit”, esitteet, Facebook, Twitter, YouTube, Googlen palvelut, erilaiset foorumit ja blogit, sähköiset tapahtumakalenterit, sähköposti, näyttötaulut eri paikoissa, kysely- ja palautelomakkeet. (Mustikkamaa 2013; Tampereen Tapahtumatoimisto 2017.)

Nykyään tapahtuman mainontaa tehdään paljon myös sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan yhteisöllisesti tuotetun tiedon jakamista internetissä (Seppälä 2011, 17). Sosiaalinen media on täynnä tavallisten ihmisten julkaisemia kommentteja, ideoita ja näkemyksiä eri aiheista (Olin 2011, 9). Ihmiset kertovat sosiaalisessa mediassa aivan arkisia asioita netin kautta, kuten esimerkiksi hyvistä ja huonoista kokemuksista, mitä mieltä ovat eri tuotteista/palveluista sekä suositellaan ja annetaan vinkkejä erilaisista asioista. Sosiaalinen media on niin tehokas, koska siellä tieto leviää valtavan nopeasti jopa tuhansien ihmisten tietoon. Kun taas kasvotusten tiedon kuulevat ainoastaan he jotka ovat paikan päällä, eikä tieto välty läheskään yhtä nopeasti kuin sosiaalisessa mediassa. (Seppälä 2011, 11.)

Sosiaalisesta mediasta on tullut viime vuosina iso osa markkinointia sekä viestintää. Varsinkin tapahtuman järjestämisessä kannattaa käyttää eri kanavia, jotta tapahtuma saa riittävästi näkyvyyttä ja näin ollen tavoittaa halutun kohderyhmän. Sosiaalista mediaa voi käyttää ennen tapahtumaa, tapahtuman jälkeen sekä myöskin tapahtuman aikana. (Vallo

& Häyrinen 2014, 86–87.) Pienempikin tapahtuma voidaan luoda omana tapahtumanaan Facebookiin, tai organisaation Facebook profiilia voidaan hyödyntää tapahtumasta tiedottamiseen. Facebookin lisäksi tapahtumaa voidaan markkinoida esimerkiksi organisaation Twitter-viesteissä. (Tampereen Tapahtumatoimisto 2017.)

Sosiaalinen media on nopea ja edullinen viestintäkanava. Suurin osa suosituimmista kanavista ovat ilmaisia, joka on yksi syy siihen miksi juuri sosiaalinen media on niin suosittu tänä päivänä. (Seppälä 2011, 29.) Sosiaalisen median avulla on helppo päivittää tapahtumaan liittyvää tietoa. Tapahtumien sivujen aktiivisella päivittämisellä voidaan levittää tietoa siitä, mitä tapahtuma tulee sisältämään. Tapahtumista voidaan kertoa myös yritysten omissa tai ulkopuolisissa blogeissa. (Vallo & Häyrinen 2012. 85–86.) Tapahtuman luonteesta riippuen voidaan kysyä myös yhteistyökumppaneita järjestämään ohjelmaa, esittelemään tuotteita, kertomaan heidän omasta palvelustaan ja levittämään sanaa heidän tiedotusvälineissään. (Tampereen Tapahtumatoimisto 2017.)

3.2 Markkinointisuunnitelma

Hyvä markkinointi edellyttää aina suunnitelmaa, jonka avulla markkinointia voidaan seurata, arvioida ja kehittää (Tampereen tapahtumatoimisto 2017). Jokaista tapahtumaa täytyy markkinoida jollain tapaa. Ei riitä pelkkä kutsu, vaan tarvitaan markkinointiviestintää tukemaan ja jakamaan tietoa tapahtumasta. Riippuen tapahtuman kohderyhmästä ja tavoitteesta, suunnitellaan juuri sille tarkoitettu markkinointiviestinnän keinovalikoima koko tapahtumaprosessille. Markkinointiviestinnässä tulisi näkyä myös tapahtuman visuaalinen ilme, tapahtumaa tukevat viestit ja sosiaalisen median tunnisteet. (Vallo & Häyrinen 2016, 69.)

Markkinointiviestintäsuunnitelma tulisi sisältää seuraavat asiat:

- sisäinen markkinointi: oman organisaation tiedottaminen sisäisesti
- lehdistötiedottaminen: lehdistötilaisuus- ja tiedotteet
- mediamarkkinointi: mainonta lehdessä, internetissä, radiossa ja tv:ssä
- suoramarkkinointi: suorat postitukset valitulle kohderyhmälle
- markkinointi sosiaalisessa mediassa: esimerkiksi Facebook tai Instagram. (Vallo & Häyrinen 2014, 58.)

Markkinoinnin kanavat ja keinot määräytyvät tapahtuman kohderyhmän sekä tavoitteen mukaan. Jos kohderyhmänä on esimerkiksi nuoriso, niin markkinointi sosiaalisessa mediassa on luultavasti kannattavinta, sillä nuorison löytää todennäköisesti sosiaalisesta mediasta. (Vallo & Häyrinen 2014, 58.)

Jälkimarkkinointi on myös osa tapahtumasuunnittelua. Jälkimarkkinoinnin onnistuminen on merkityksellistä tapahtuman tuloksellisuuden kannalta. Jälkimarkkinoinnin eri kanavat ja keinot määräytyvät myös tavoitteiden ja kohderyhmän mukaan. Tapahtumanjärjestäjän täytyy myös seurata ja mitata markkinointitoimenpiteiden onnistumista eri kanavissa. Esimerkiksi tuoko mainos tai juliste lisää ilmoittautujia, tai jaetaanko ”postausta” sosiaalisessa mediassa eteenpäin. (Vallo & Häyrynen 2016, 71–72.)

Hyvin laadittu markkinointisuunnitelma antaa vankan pohjan markkinoinnille. Tapahtuman koosta riippumatta suunnitelman laatiminen on tärkeää itse tapahtuman toimivuuden kannalta ja kehittymisen kannalta. Pienikin tapahtuma vaatii suunnitelman, jotta jokainen tapahtumaorganisaation jäsen tietää miten kuljetaan kohti tavoitetta. Suunnitelmasta näkee käytännön toimet sekä niiden aikataulut. (Tampereen Tapahtumatoimisto 2017.)

3.3 Kohderyhmän tavoittaminen

Järjestäessä tapahtumaa on tärkeää tuntea tapahtuman kohderyhmä, jotta tapahtuma olisi kiinnostava ja puhuttelisi juuri oikeaa kohderyhmää. Silloin on myös helpompaa tehdä tapahtumasta juuri oikeanlainen ja oikean kokoinen. Eri tyypiset tapahtumat puhuttelevat erityyppistä kohderyhmää. Tapahtumajärjestäjän kannalta olisi hyvä kokeilla asettua valitun kohderyhmän asemaan ja analysoida kohderyhmää tarkkaan. On kuitenkin hyvä muistaa, että kaikilla on oma mielipide, ja se mistä toinen pitää, ei välttämättä sovi kaikille. Tapahtuman tavoite, kohderyhmä ja sen koko määrittää jo paljon millainen tapahtuma tulee olemaan. (Vallo & Häyrynen 2012, 121–124.)

Alaikäisille, alle 18-vuotiaille kohdistuva markkinointi arvioidaan huomattavasti tiukemmin verrattuna vanhemmille kohderyhmille. Mitä nuorempi lapsi on, sitä enemmän he ovat alttiimpia mainonnan vaikutukselle sekä markkinoinnin tehokeinolle. Kohderyhmän kehitystaso asettaa toisenlaiset edellytykset mainonnassa alle kouluikäisille lapsille verrattuna nuorille kohdistettu kampanjaan. Kun markkinoinnin kohderyhmänä toimivat alaikäiset, on aina syytä ottaa huomioon, että he eivät välttämättä ymmärrä mainonnan tarkoitusta samalla tavalla kuin aikuiset, he ovat myös juridisesti vajaavaltaisia sekä kasvatusvastuu on lasten vanhemmilla, joilla on oikeus päättää heidän hankinnoista. Lapsille suunnattu markkinointi täytyy olla erittäin konkreettista, jotta he ymmärtävät mainosviestin oikein. Oli kyse sitten lapsista tai aikuisista, niin markkinoinnissa tulee aina käydä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus, ja sen tulee tunnistaa heti markkinoinniksi. Suoramarkkinointi alle 15-vuotiaille lapsille ilman vanhempien lupaa on kielletty. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014.)

Markkinoidessa tapahtumaa ei ainoastaan riitä, että kohderyhmä tavoitetaan, vaan se pitää myös herättää kohderyhmän kiinnostuksen palvelua- tai tuotetta kohtaan (Dahlqvist & Linde 2012, 68). Tapahtumakutsu on esite tapahtumasta, joka viestii välittömästi, millaisesta tapahtumasta on kyse. Se myöskin herättää saajalta erilaisia odotuksia itse tapahtumasta, siksi tapahtumakutsun suunnitteluun kannattaa panostaa. Kutsu ei kuitenkaan saa luvata liikoja tai turhia odotuksia tapahtumasta, joita ei pysty täyttämään. (Vallo & Häyrynen 2012, 129–130.)

3.3.1 Ennen tapahtumaa

Kohderyhmä tulee määrittää selkeästi ennen tapahtuman järjestämistä. Kohteena voi olla organisaation nykyiset asiakkaat tai sitten potentiaaliset tulevat asiakkaat, henkilöstö, omistajat, sidosryhmät ja yhteistyökumppanitkin. Tulee myös huomioida kohderyhmän sukupuoli, ikä sekä muita elämäntilanteeseen ja kiinnostuksen kohteeseen liittyviä asioita. On myös todella tärkeää muistaa ettei tapahtumaa olla järjestämässä itselle vaan erikseen määritellylle kohderyhmälle. Kohderyhmä tulee siis aina tapahtumaa järjestettäessä analysoida tarkkaan ja kokonaisvaltaisesti. Tärkeintä on, että jokainen tapahtuma suunnitellaan ja viedään läpi kohderyhmä huomioiden. (Vallo & Häyrynen 2016, 147–148.)

Päätös osallistua tapahtumaan tehdään usein, asiakaspalvelun, yrityksen tai yhteisön, tuotteen tai palvelun maineen suosituksen, tehokkaan mainonnan tai taitavan myyntityön perusteella. Kun tulee kilpailutilanne, että asiakkaan mielestä tapahtumat ovat suunnilleen yhtä hyviä, ratkaisevat siinä vaiheessa palvelu ja muut markkinointitoimenpiteet. (Juurakko, Kauhanen & Öhage 2012, 66.)

3.3.2 Tapahtuman aikana

Tapahtuman aikana voidaan markkinoida tapahtumaa lisäämällä kuvia tai kirjoituksia tapahtumasta sosiaaliseen mediaan, jolloin se voi houkutella lisää osallistujia paikan päälle. Tapahtuman aikana on tärkeää toimia tehokkaasti ja nopeasti. Uutinen tai esimerkiksi urheilukisojen tulokset olisi saatava medialle sähköisesti mahdollisimman pian. On muistettava valokuvata ja päivittää organisaation omia nettisivuja valokuvien kera, joko jo tapahtumapaikalla tai niin pian kuin mahdollista. (Liskola – Kesonen 2004, 67; Seppälä 2011, 82–86.)

Tapahtuman aikana tulisi huolehtia, että tiedotusvälineiden edustajien on helppo työskennellä ja, että heillä on käytössä kaikki tarvittavat aineistot ja apuvälineet. Tapahtuman aikana on oltava valmiina mahdollisia lehdistötilaisuuksia varten sekä niille on jätettävä riittävästi aikaa. (Liskola – Kesonen 2004, 67–68)

Tapahtuman aikana pystytään vaikuttamaan ihmisten eri aisteihin. Voidaan vaikuttaa tunto-, haju-, maku-, kuulo- ja näköaisteihin eri tavoin. Tapahtumissa tulisi käyttää hyödyksi elämyksellisyyttä sekä sitä, että ihmiseen voidaan vaikuttaa monen eri kanavan kautta. Joku oppii tekemällä ja toinen taas näkemällä. Kun tapahtuma erottuu positiivisesti, muistaa osallistujia sen pitkään. Jos taas tapahtuma on tylsä, ei niin kiinnostava tai siellä ei ole käytetty aisteihin vaikuttavia elementtejä, on hyvin todennäköistä, että asiakas unohtaa tapahtuman hyvin pian. Tavoitteena tapahtuman aikana tulisikin olla pysyvän positiivisen vaikutuksen aikaansaaminen. (Vallo 2009, 41–42.)

3.3.3 Tapahtuman jälkeen

Markkinointi tapahtuman jälkeen antaa hyvän kuvan järjestöstä, kun muistetaan esimerkiksi kiittää paikan päällä olleita. Asiakas asioi uudestaan yrityksessä tai yrityksen järjestämissä tapahtumissa, jos hän on tyytyväinen ostamiinsa tuotteisiin ja saamaansa palveluun. Myös asiakassuhde tiivistyy, jos asiakkaan odotukset täyttyvät tai jopa ylittyvät. Kun asiakas on saatu tapahtumaan, siitä olisi hyvä pitää kiinni. Asiakkaille voidaan tarjota erilaisia etuja kuten esimerkiksi kausikortteja tai muita alennuksia palveluista. Monesti uusien asiakkaiden hankkiminen on melkein noin kymmenen kertaa kalliimpaa kuin kanta-asiakkaiden säilyttäminen. Asiakkaita tullaan kuitenkin menettämään, joten uusien asiakkaiden hankkiminen on aina tärkeää. (Juurakko ym. 2012, 66–67; Seppälä 2011, 82–86.)

Tapahtuman jälkeistä asiakassuhteen kehittämistä kutsutaan jälkimarkkinoinniksi. Jälkimarkkinoinnin tavoitteena on saada asiakkaasta kanta-asiakas, että se pysyisi asiakkaana myös tulevaisuudessa. Tapahtumassa olisi hienoa, pystyttäisiin luomaan positiivinen mielikuva palvelun tarjoajasta ja sen tuotteista. Jälkimarkkinoinnin keinoja voivat olla asiakas-tyytyväisyyskyselyt ja muut yhteydenotot. Olisi tärkeää saada asiakkaalta tieto missä onnistuttiin sekä myös siitä, missä olisi kehitettävää, että pystytään parantamaan palvelua. Tieto asiakkaiden tulevista tarpeista voisi olla myös apua, joihin pystyttäisiin vastaamaan uusilla tuotteilla ja palveluilla. (Juurakko ym. 2012, 68.)

3.4 Budjetti

Sana ”raha” tulee usein melko nopeasti mieleen suunnitellessa tapahtumaa. Kun miettii tapahtuman budjettia, niin jostain syystä kuluja on usein huomattavasti enemmän kuin tuloja. Tapahtumaa suunnitellessa on oleellista miettiä mistä tuottoja tulee, varsinkin jos osallistumismaksua ei peritä. Jokainen tapahtuma on erilainen ja siksi on syytä miettiä tarkkaan kannattaako tapahtuma olla ilmainen vai olisiko osallistumismaksu parempi vaihtoehto kyseiseen tapahtumaan. Jos osallistumismaksua ei peritä ja näin ollen tapahtuma

on ilmainen, on mahdollista hankkia tarvittaessa julkista rahoitusta tai sponsoreita. (Vallo & Häyrinen 2014, 52–53.)

Riippumatta siitä, onko tapahtuma maksullinen vai ei, kannattaa määritellä budjetti jo suunnitteluvaiheessa, sillä rahaa saa kulutettua erittäin helposti järjestäessä tapahtumaa. Budjettia laadittaessa on hyvä esimerkiksi verrata aikaisempien vastaavien projektien kanssa saadakseen mahdollisimman realistisen budjettipohja. Tapahtuman kohderyhmä ja osallistujat vaikuttavat myös budjettiin. (Vallo & Häyrinen 2014, 150.)

Suunniteltaessa koko tapahtuman budjettia, täytyy sinne sisällyttää myös markkinointikustannusten osuus. Kustannukset syntyvät sekä fyysisistä tuotteista, että suunnittelutyöstä. Fyysisiä tuotteita ovat esimerkiksi julisteet, flyerit ja opasteet. Työ koostuu mainostoimiston tekemästä markkinointimateriaalista, eli suunnittelusta, nettisivujen ja Facebookin päivityksestä ja kirjeiden lähetyksestä. Voit pyytää mainostoimistosta työlle kokonaisarvion ja vaikka koko tapahtuman markkinointisuunnittelun. He voivat myös valvoa markkinointiviestinnän toteutumista ajallaan yhdessä sovittujen aikataulujen mukaan. (Mustikkamaa 2013.)

4 Lasten ja nuorten harrastajamäärät ja motivaatio liikkumiseen

Tässä kappaleessa tarkastellaan lasten ja nuorten harrastustoimintaa ja harrastajamääriä niin Suomen kuin Kokkolan tasollakin. Kappaleen lopussa käsitellään myös yleisesti lasten ja nuorten motivaatioon vaikuttavia tekijöitä liikuntaharrastuksissa.

4.1 Harrastajamäärien kehitys

Lasten ja nuorten liikunta-aktiivisuuden ja liikuntakasvatuksen edistäjänä urheiluseuratoiminnalla on merkittävä rooli suomalaisessa liikuntakulttuurissa. Neljä viidestä suomalaisesta nuoresta vähintäänkin osallistuu ja kokeilee seuratoiminnassa mukanaoloa. Kansallisen liikuntatutkimuksen mukaan 3–18-vuotiaista lapsista ja nuorista 43 prosenttia harrasti vuonna 2009 liikuntaa urheiluseurassa (SLU 2010). Edellisen LIITU-tutkimuksen mukaan seuratoimintaan osallistui kuitenkin vuonna 2014 jo yli puolet 11–15-vuotiaista lapsista ja nuorista. Seuraharrastamisen suosio on viimeisen vuosikymmenen aikana kasvanut entisestään. Korkeimmillaan harrastaminen on noin 11-vuotiaana. Urheiluseuratoiminta aloitetaan keskimäärin 6–9-vuotiaana ja suurin osa urheiluseurassa harrastavista tekee valinnan päälajista viimeistään yläkouluiässä. Urheiluseurassa harrastavien osuus alkaa laskea 11 ikävuoden jälkeen ja 15–18-vuotiaista enää joka kolmas harrastaa liikuntaa urheiluseurassa (SLU 2010). Vaikka lopettamisen huippukohta onkin 15-ikävuoden vaiheilla, alkaa se kasvaa jo muutamaa vuotta aikaisemmin. Vuoden 2014 LIITU-tutkimuksessa lopettamisen yleisimmäksi syyksi nousi lajiin kyllästyminen. Viihtymättömyys ja innostuksen katoaminen vaikuttivat usein myös 11–15 -vuotiaiden lasten ja nuorten lajin lopettamis päätökseen. (Valtion liikuntaneuvosto 2016, 27.)

4.1.1 Jalkapallon harrastajamäärät Suomessa

Jalkapallon harrastajamäärät Suomessa on pysynyt korkeana ja on edelleen vahvassa kasvussa. Rekisteröityjen pelaajien eli pelipassin hankkineiden määrä ylitti vuonna 2016 ensimmäistä kertaa 130 000 rajan. Rekisteröityneistä pelaajista miehiä oli 76 % ja naisia 24 %. Vuodesta 2015 vuoteen 2016 harrastajamäärä kasvoi peräti 8,1 prosenttia. Rekisteröityjen harrastajien määrällä mitattuna jalkapallo on Suomen selkeästi suosituin palloilulaji. Tämä on konkreettinen osoitus siitä, että jalkapallolla on vetovoimaa Suomessa ja jatkuvasti saadaan enemmän pelaajia mukaan lajin pariin. Lukemat kertovat siitä, että Suomessa tehdään hyvää työtä joka tasolla. (Suomen palloliitto 2016.)

4.1.2 Harrastustoiminta Kokkolassa

Liikuntaa ja urheilua on tarjolla monipuolisesti eri puolella Kokkolaa vuoden ympäri. Ohjattua aktiviteetteja on eri liikuntahalleissa, kuntosaleilla sekä uimahallilla. Kaupunki huoltaa myös muun muassa ulkoilureittejä, hiihtolatuja sekä palloilu- ja liikuntakenttiä liikuntaa varten. Erityyppisten lajien urheiluseuroja ja liikuntaa järjestäviä yhdistyksiä on Kokkolassa yhteensä noin sata. (Infopankki 2016.)

Jalkapalloseuroja Kokkolassa on yhteensä 14:

- FC Atletico ry
- Gamlakarleby Bollklubb rf (GBK)
- Kokkola Futis 10 (KF10)
- Kokkolan Konkarit ry
- Kokkolan Pallo -87
- Kokkolan Pallo Veikot ry (KPV)
- Kokkolan Pallo Seura -62 ry (KPS)
- Kälviän Tarmo ry
- Lohtajan Veikot ry (LOVE)
- No Stars ry
- Rytimäen Pallokerho -84
- Suomen Palloliiton Keski-Pohjanmaan piiri
- Såka Fotboll r.f
- Ykspihlajan reima ry.

(Kf10 2017; Kokkola 2015)

Junioritoimintaa on Kokkolan jalkapalloseuroista ainoastaan GBK:lla, KPV:llä, Kälviän Tarmolla ja Lohtajan Veikoilla. GBK:lla ja KPV:llä on molemmilla joukkueilla harrastajia yhteensä noin 500. Nämä kaksi seuraa ovat Kokkolan isoimmat jalkapalloseurat ja näin ollen kilpailevat harrastajista. (Gbk 2017; Kpv 2017.)

Kokkolassa lasten ja nuorten keskuudessa poikien ”kuumimpia” lajeja ovat jalkapallo, jääkiekko ja salibandy. Tyttöjen keskuudessa jalkapallo kilpailee harrastajista tanssin, voimistelun sekä salibandyn kanssa. Kokkolassa kilpatoiminnassa on saavutettu kansallista menestystä tyttöjen C15-ikäluokassa ja GBK:n tytöt ovat osallistuneet lopputurnaukseen lähes joka vuosi. Myös GBK:n omia tyttöjunioreita on osallistunut vuosien aikana maajoukkue-toimintaan, jossa on tälläkin hetkellä pelaajia. Kokkolassa tyttöpuolella on pelattu B-tyttöjen 1-divisioonaa ja SM-sarjaa. Kokkolassa ja lähialueella on pelannut GBK:n lisäksi useampia seuroja Naisten Liiga ja 1-divaritasolla. (Kåla 2017.)

4.2 Liikuntamotivaatio

Liikunnan ilo, innostus ja intohimo luodaan nuorella iällä. Kokemukset ensimmäisistä harrastuksista ovat merkittäviä tulevien vuosien harrastustoiminnan kannalta. (Hakkarainen, Jaakkola, Kalaja, Lämsä, Nikander & Riski 2009, 333.) Lasten ja nuorten liikuttamisessa tärkeitä vaikuttajia ovat vanhemmat, kaverit ja muut tukijoukot. Kavereiden tapaaminen liikuntaharrastuksessa on yksi tärkeimmistä liikunnan harrastamisen motiiveista. Suosion, arvostuksen ja luottamuksen saaminen sekä luottamuksen antaminen ovat kaikki merkittäviä syitä liikunnan harrastamiseen. Joukkueeseen kuuluminen ja kehujen saaminen ovat usein pojille tärkeitä asioita liikunnan harrastamisessa. Liikuntatilanteessa kuitenkin tytöille on tärkeätä ystävien tuki ja heiltä saatu hyväksyntä. Kavereiden aktiivinen liikuntakäyttäytyminen rohkaisee nuorta liikkumaan, mutta myös vastaavasti kavereiden passiivisuus näkyy nuoren vähäisenä liikkumisena. (Terve Koululainen, 2014; Valtion Liikuntaneuvosto, 2014, 66–67.)

Perhe on merkittävä tekijä lasten ja nuorten liikunnan harrastamisessa. Nuorten mielestä vanhempien positiivinen suhtautuminen harrastukseen on tärkeä harrastamista tukeva tekijä. Vanhemmat voivat esimerkiksi välittää arvostusta liikuntaa kohtaan, tarjota rohkaisua ja sosiaalista tukea, toimia itse liikunnallisina malleina, ohjata ja opettaa liikunnassa, harrastaa liikuntaa yhdessä lapsen kanssa tai viedä lasta tutustumaan erilaisiin liikuntapaikkoihin. Harjoittelua tukevat myös terveelliset elämäntavat, kuten esimerkiksi terveelliset ruokailutottumukset. Perheen tulisi tukea lasten ja nuorten liikunnan harrastamista rahallisesti, kuten hankkimalla liikkumiseen tarvittavia välineitä ja kustantamalla harrastusmaksuja. Ongelmia voi tulla silloin, jos lapsen tai nuoren lajin maksut ja tarvittavat varusteet ovat liian kalliita eikä perheellä ole mahdollista taloudellisista syistä osallistua toimintaan. (Terve Koululainen, 2014; Valtion Liikuntaneuvosto, 2014, 66.)

Valmentaja tai ohjaaja voi lannistaa pienen lapsen liikunnan ilon järjestämällä toiminnan liian aikuislähtöiseksi ja vakavaksi. Tutkimukset ovat osittaneet, että syitä jättäytyä pois toiminnasta ovat liian kova kilpailu, pakonomaisuus, totisuus, aikuislähtöisyys ja viihtymisen puute. Positiiviset kokemukset ja urheilumotivaation synnyttäminen onkin nostettu suomalaisessa valmennusosaamisen mallissa yhdeksi tärkeimmäksi asiaksi. Valmentajan tai ohjaajan luomalla ilmapiirillä on keskeinen vaikutus lasten ja nuoren motivaatioon. (Hämäläinen, Danskanen, Hakkarainen, Lintunen, Jaakkola, Forsblom, Pulkkinen, Pasanen, Kalaja, Riski, Arajärvi, Lehtoviita 2015, 109.)

Urheiluun osallistuminen voi parhaillaan tukea lasten ja nuorten kokonaisvaltaista kehitystä, tukemalla heidän omaa arvostusta itseään kohtaan sekä opettaa myös muilla elämäntilanteilla hyödyllisiä arvoja. Nuori urheilija tai harrastuksen aloittaja ei voi kehittyä ilman motivaatiota ja innostusta. Nauttiminen ja mieleenpainuvat positiiviset kokemukset ovat asioita, joita jokainen tarvitsee liikunnan harrastamisessa ja kehittymisessä. Lapset liikkuvat mikäli heille tarjotaan siihen vain mahdollisuus. (Hämäläinen ym. 2015, 109.)

4.3 Sisäinen ja ulkoinen motivaatio

Pienet lapset ovat syntyneitä liikkumaan ja heidän sisäinen motivaatio liikuntaa kohtaan on luontaista. Myöhemmin kehityksessä, ulkoiset tekijät, kuten palkinnot, vertailu toisiin ja häviämisen pelko muodostuvat yhä tärkeämmiksi syiksi osallistua toimintaan. Parasta pienten lasten motivointia on järjestää liikkumisen ympäristö mahdollisimman monipuoliseksi. (Hakkarainen ym. 2009, 333.)

Sisäinen motivaatio on sitä, kun toimintaan osallistutaan ensisijaisesti sen itsensä takia. Motiivina osallistua on tällöin ilo, tyydytykset ja positiiviset kokemukset, joita saadaan toiminnasta. Ihminen toimii tällöin omasta tahdostaan ilman ulkoisia palkkioita tai pakotteita. Tilanteessa, jolloin urheilija on keskittynyt niin kovasti tekemiseen, ettei pysty edes analysoimaan suoritustaan jälkikäteen, kokee hän niin sanotun flow-tilan, eli äärimmäisen sisäisen motivaation muodon. Sisäisellä motivaatiolla on vain positiivisia vaikutuksia urheilijan suoritukseen ja hyvinvointiin. Sisäinen motivaatio on yleensä pitkäkestoinen ja siitä voi tulla pysyvä motivaation lähde. Tämän takia sisäiset palkkiot ovat yleensä teholtaan parempia kuin ulkoiset. (Hakkarainen ym. 2009, 333; Hämäläinen ym. 2015, 111.)

Seuratoiminnassa tulisikin kiinnittää erityistä huomiota lasten ja nuorten sisäisen motivaation rakentumiseen vaikuttavien tekijöiden, kuten pätevyyden, autonomian sekä sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tunteen tukemiseen. Vuoden 2014 LIITU- tutkimuksessa huomattiin, että puolet niistä, jotka eivät olleet koskaan osallistuneet urheiluseuratoimintaan olivat harkinneet harrastuksen aloittamista ja suurin osa lopettaneista olisi vielä halukkaita jatkaa. Tämän takia on hyvin tärkeää tarjota monimuotoisia ja niin sanottuja ”helppoja” vaihtoehtoja nuoren urheilijan tai liikkujan aloittamiselle ja jatkamisen varmistamiselle. Tutkimuksen mukaan reilu kolmannes osallistui seuratoimintaan ilman kilpailullisia tavoitteita harrastusmielessä tai kehittyäkseen liikunnallisesti. Tähän tutkimustietoon tulisi seurojen reagoida. (Valtion Liikuntaneuvosto 2014, 82.)

Ulkoista motivaatiota on toimintaan osallistumista palkintojen ja pakotteiden vuoksi. Tuominta on tällöin voimakkaasti ulkoapäin kontrolloitua ja on hyvin todennäköisesti ristiriidassa urheilijan henkilökohtaisten mieltymysten kanssa. Ulkoisia motiiveja lasten ja nuorten urheilussa voi olla esimerkiksi pyrkimys aikuisten ja valmentajien miellyttämiseen, rangaistusten pelko ja palkinnot. Ulkoiset motiivit voivat toimia lyhyellä aikavälillä tehokkaina motivointikeinoina. Pitkällä aikavälillä ulkoisen motivaation positiivinen vaikutus häviää ja vaikuttaa urheilijan suoritukseen negatiivisesti. (Hakkarainen ym. 2009, 333; Hämäläinen ym. 2015, 112.)

5 Gamlakarleby Bollklubb r.f (GBK)

GBK perustettiin vuonna 1924, ja oli ensimmäinen palloilun erikoisseura Kokkolassa. Seurassa harrastettiin ennen jopa yhdeksää eri lajia, mutta jalkapallo on kuitenkin aina ollut ehdoton kuningaslaji. Vuodet 1906–1923 ”Aikaa ennen GBK:ta” ovat tärkeitä seuralle, jolloin seuraa perustettiin. GBK on historiansa aikana pärjännyt hyvin niin paikallistasolla kuin myöskin valtakunnallisella tasolla, ja on siksi edelläkävijä monessa mielessä Kokkolan palloilu-urheilussa. (Björkstrand & Frilund 2009, 309.) GBK aloitti junioritoimintansa samana vuonna kuin seura perustettiin perustamalla poikajoukkueen pääasiassa 13–14-vuotiaille (Björkstrand & Frilund 2009, 39). Ensimmäisen naisjoukkueen seura perusti kesällä 1942, joka oli myöskin ensimmäinen naisjalkapallojoukkue Kokkolassa. Joukkuetta kutsuttiin nimellä ”kalpeat kaunottaret”. Naisjalkapallo oli silloin vielä Suomessa varsin uutta, vaikka ensimmäiset naisten jalkapallopelit pelattiin Suomessa jo vuonna 1933 Keuruulla. ”Kalpeiden kaunottarien” pelit olivat kuitenkin hyvin suosittuja ja pelit keräsivät paljon katsojia Kokkolassa. (Björkstrand & Frilund 2009, 70.)

5.1 Seuratoiminta tänään

Tänä päivänä GBK:n seuratoimintaan kuuluu miesten ja naisten joukkueet, pojat, tytöt sekä erityisryhmät. Miesten edustusjoukkue pelaa miesten kakkosessa kaudella 2017, ja miesten kakkosjoukkue nelosta. Naisten edustusjoukkue pelaa kaudella 2017 naisten liigaa, ja kakkosjoukkue pelaa kolmas divisioonaa. GBK on suurin seura alueella yli 500 rekisteröityä pelaajaa vuonna 2016. Poikia seurassa on tällä hetkellä noin 230 ja tyttöjä ainoastaan noin 140 kappaletta. Erityisryhmä GBK- Tigersin toiminta on aktiivista ja pelaajia on reilu 30 kappaletta. Seurassa on perinteisen joukkue toiminnan lisäksi noin 12–15-vuotiaille tytöille suunnattu harrastejoukkue. Harrastejoukkueen tavoitteena on pitää hauskaa ilman kilpailua. GBK järjestää säännöllisesti erilaisia jalkapallokouluja lapsille ja nuorille, kuten esimerkiksi jalkapallokouluja, futiskarnevaalin esikouluille sekä liikuntakoulua. GBK järjestää myös joka kesä supersuosittun jalkapalloturnauksen Kokkola Cupin, jonka suosio vain jatkaa kasvamistaan. Seuran markkinointi kohdistuu edustusjoukkueiden ja yleisesti lapsille ja nuorille suunnattuun toimintaan. Uusia pelaajia seuraan tulee useimmiten erilaisten lapsille suunnattujen tapahtumien kautta tai nykyisten pelaajien kavereiden tai tuttavien kautta. (Gbk 2017; Kåla 2017.)

5.2 Projektin toimeksiantaja

Projektin toimeksiantajana toimi GBK ja vastuuhenkilönä projektissa toimi seuran valmennuspäällikkö. Valmennuspäällikön vastuualueeseen kuuluu kaikki seuran juniorijoukkueet

B-ikäluokasta nuorimpiin. Tässä seurassa valmennuspäällikkö vastaa seuran juniorivalmennuslinjan kehittämisestä, juniorivalmentaja- ja pelaajakoulutuksen organisoinnista ja toteutuksesta. Valmennuspäällikkö vastuulla on myös juniorijoukkueiden valmennuksen ohjaus ja koordinointi seuran junioreiden valmennuslinjan mukaisesti. Valmennuspäällikkö tehtävänä on myös huolehtia yhteistyön rakentamisesta muiden seurojen ja muiden jalkapallon harjoittelua tukevien lajien kanssa. (Kåla 2017.)

GBK näki tässä projektissa mahdollisuuden kehittää, saada näkyvyyttä ja kasvattaa tyttöpuolen jalkapallotoimintaa. Seuran päällimmäisenä tavoitteena tapahtumalle oli liikuttaa lapsia, mutta tällä tapahtumalla toivottiin myös lisää harrastajia tyttöjen jalkapallotoimintaan. Varsinkin tyttöpuolen aktivoimiseen tämä oli oiva tapa saada lisää näkyvyyttä. Toimeksiantaja toivoi tapahtumalla näkyvyyttä myös naisten liigajoukkueelle ja sitä kautta saatu julkisuus pyrittiin hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti. Kohderyhmä valittiin melko luonnollisesti, koska tyttöjen harrastajamäärän nostamiseen on selvää tarvetta. (Kåla 2017.)

Seuran omana tavoitteena on liikuttaa lapsia ja antaa elämyksiä heille, sekä tukea lasten ja nuorten kehitystä niin harraste- kuin kilpaurheilussa. GBK:n tavoitteena on tarjota harrastusmahdollisuus sekä ilokseen, että kilpailumielessä pelaavalle futaajalle. Myös seuran, että yksittäisen pelaajan tulevaisuuden kannalta on tärkeää, että opittavat asenteet ja toimintamallit ovat kasvatuksellisesti sekä urheilullisesti terveellä pohjalla. GBK toivoo FutisFunin jatkuvan myös tulevana vuosina. (Kåla 2017.)

6 Työn tavoite ja kohderyhmä

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää seuralle tapahtuma, jossa 5-12 – vuotiaille tytöille luodaan mahdollisuuksia tutustua lajiin ja innostua jalkapallosta matalan liikuntakynnyksen avulla. Toivomme, että lapsi innostuisi niin paljon, että lähtisi seuran toimintaan mukaan. Toiminnalla tarkoitetaan, joko jalkapallokouluun osallistumista, joukkueeseen liittymistä tai GBK:n tapahtumiin osallistumista jatkossa. Tapahtuman yhtenä tavoitteena on saada hyvän markkinoinnin avulla seuralle näkyvyyttä ja sen avulla seura tunnetuksi Kokkolassa. Tapahtumalla haluttiin mainostaa myös seuran naisjoukkueen Liiga-avausta, joka on viikko tapahtuman jälkeen. Naisjoukkue pelaa kaudella 2017 Naisten Liigaa eli Suomen korkeimmalla sarjatasolla. Tapahtumaan toivotaan osallistujia paikalle paljon ja määrälliseksi osallistujatavoitteeksi asetimme 50 osallistujaa.

Projekti toteutettiin yhteistyössä Kokkolalaisen jalkapalloseura GBK:n kanssa. Yhteistyötä tehtiin myös Kokkolan kaupungin sekä Keski-Pohjanmaan Konservatorion kanssa. Tapahtumaa sponsoroivat Halpa-Halli, Minimani, Harjun Leipomo sekä Pohjanmaan Leipomo.

7 Tapahtuman suunnitteluprosessi

Koko tapahtumaprosessiin kuuluu suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Tapahtuman suunnittelu vie eniten aikaa tapahtumaprosessista. Suunnitteluun kuluva aika on noin 75 % kokonaisajasta. (Vallo & Häyrinen 2016, 189.)

Työ suunniteltiin ja toteutettiin kirjallisuuskatsauksen pohjalta ja hyödynnettiin sitä tapahtuman suunnitteluun liittyvissä valinnoissa. Suunnitteluprosessissa käytettiin apuna toimintasuunnitelmaa, joka laadittiin suunnitteluvaiheessa (liite 1). Alla on esitetty työn toimenpide-
luettelo, jossa on kerrottu tehtävä, vastuhenkilö ja ajallinen sijoittuminen.

Taulukko 2. Tapahtuman suunnitteluprosessi tiivistettynä

TEHTÄVÄ	VASTUUHENKIÖ	AJALLINEN SJOITTUMINEN
Tapahtuman ideointia, yhteistyön miettimistä	Jenny & Rebecca	Vko. 47–48
Tapahtuman ideointia, toimeksiantajan hankkiminen	Jenny & Rebecca	Vko. 49–50
Tapahtumasisällön suunnittelua	Jenny, Rebecca & GBK	Vko. 49–50
Suunnitelman työstäminen	Jenny & Rebecca	Vko. 1-3
Ajankohdan päättäminen	Jenny, Rebecca & GBK	Vko. 1-3
Tilan varaus	GBK	Vko. 1-3
Yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden hankintaa	Jenny & Rebecca	Vko. 4-5
Tapahtumasisällön päättäminen	Jenny & Rebecca	Vko. 4-5
Julisteen suunnittelua, tekoa ja jakelua	Jenny, Rebecca, K-P konservatorio	Vko. 6-8
Tavaroiden hankkimista ja varaamista	Jenny & Rebecca	Vko. 6-7
Ohjaajien hankkiminen	Jenny & Rebecca	Vko. 6-7
Tapahtuman turvallisuus ja luvat	Jenny, Rebecca & GBK	Vko. 6-7
Lehti-ilmoitukset ja internetmainontaa	Jenny, Rebecca, Liikuntapalvelut & GBK	Vko. 8-10
Ilmoitus tyttöjoukkueille	GBK	Vko. 8-10
Palautekyselyn laatiminen	Jenny & Rebecca	Vko. 8-10
Turvallisuussuunnitelma	Jenny & Rebecca	Vko. 8-10
Ohjaajien info-tilaisuus	Jenny & Rebecca	Vko. 10
Tuotteiden hakeminen sponsoreilta	Jenny & Rebecca	Vko. 10
Tavaroiden hakeminen	Jenny & Rebecca	Vko. 10
Tapahtuman rakentaminen	Jenny & Rebecca, GBK naispe- laajat	Vko. 10
Tapahtuman purku	Jenny & Rebecca, GBK naispe- laajat	Vko. 10–11
Tavaroiden palautus	Jenny & Rebecca	Vko. 11
Yhteistyökumppaneiden ja sponsoro- iden kiittäminen	Jenny & Rebecca	Vko. 11
Palkinnot	Jenny, Rebecca & GBK	Vko. 11

7.1 Tiedon hankkiminen

Työ alkoi tiedon keräämisellä ja siihen tutustumisella. Kohderyhmäksi valikoituivat 5-12-vuotiaat tytöt, ja jalkapallotapahtuman suunnittelu sekä järjestämien. Kirjallisuuskatsauksessa keskityttiin tapahtuman järjestämiseen sekä tapahtumamarkkinointiin, sillä se on suurena osana meidän projektia. Tietoa etsittiin kirjallisuudesta sekä internetistä, mahdollisimman monesta eri tietolähteestä. Aloitimme kirjallisuuteen tutustumista marraskuun lopussa, samoihin aikoihin, kun aloitimme tapahtuman suunnittelun.

7.2 Tapahtuman organisaatio

Järjestimme FutisFun tapahtumaa yhteistyössä GBK:n kanssa, mutta meillä projektipäälliköillä oli tapahtuman suunnittelusta ja toteuttamisesta vastuu. Olemme suunnitelleet tapahtuman alusta loppuun ja organisoineet kuka tekee mitäkin. GBK on kuitenkin toiminut suurena apuna, ja olemme saaneet paljon ideoita heiltä. Myös GBK:n naispelaajilla oli iso rooli itse tapahtumapäivänä, jolloin he toimivat ohjaajina eri pisteillä. Ei pidä myöskään unohtaa talkoolaisia, jotka olivat mukana auttamassa paikan päällä. Ensimmäisessä liitteessä (liite 1) on toimintasuunnitelma, jossa on esitetty taulukko ja siinä kerrotaan tarkemmin tapahtuman järjestelyistä ja vastuista ennen tapahtumaa. Liitteessä kolme (liite 3) on tapahtumakäsikirjoitus, josta näkee tapahtumapäivän organisoinnin.

Teimme yhteistyötä Kokkola kaupungin liikuntapalvelun kanssa. He antoivat meille hallivuoron, palkintoja ja auttoivat tapahtumamarkkinoinnissa. Saimme myös lainata Kokkolan kaupungin välineitä tapahtumaan. Vastineeksi laitoimme kaupungin ”tuu mukaan” -hankkeen logon tapahtumamainokseen. Huomioimme kaupungin pyynnöstä Suomi100 juhluvuoden mainostamalla ennen tapahtumaa sekä tapahtumapaikalla erilaisin keinoin. Myös Halpa-Halli, Minimani, Keski-Pohjanmaan Konservatorio, Harjun Leipomo ja Pohjanmaan Leipomo lähti sponsoroimaan tapahtumaa. Kaikkien näiden edellä mainittujen sponsoreiden logo on tapahtumamainoksessa, paitsi Minimani, jota mainostettiin paikan päällä. Halpa-Hallilta ja leipomoilta saimme tuotteita kahvioon, ja konservatorio auttoi meitä mainoksen teossa ja tulostuksessa. Minimaniilta saimme tarvikkeita lettibaariin ja kasvomaalaukseen. Palautekyselyiden arvontapalkintoja saatiin GBK:lta, Uintikeskus VesiVeijarilta, Keski-Pohjanmaan Konservatoriolta. Ensimmäisessä liitteessä (liite 1) on toimintasuunnitelma, jossa kerrotaan tarkemmin tapahtuman työnjaosta, vastuista ja muista järjestelyistä.

7.3 Tapahtuma-aika

Suunnitteluprosessissa on tärkeää huomioida tapahtuman ajankohta. Aika on ratkaiseva tekijä tapahtuman hallinnan ja markkinoinnin kannalta. Tapahtuman päivämäärää ei usein voi siirtää paikkavarauksen tai muiden käytössä olevien resurssien vuoksi. (Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012, 37.)

Tapahtuman ajankohtaa päättäessä otettiin huomioon tavoitteena oleva naisten liigajoukkueen sarja-avaus. Se oli selvää, että halusimme järjestää tapahtuman joko lauantaina tai sunnuntaina, jotta niin moni kuin mahdollista pystyisi osallistumaan tapahtumaan. Naisjoukkueen harjoituspelien takia sunnuntai oli ainut vaihtoehto. Sunnuntai oli ajankohtana sopiva koko tapahtumaorganisaatiolle. Tapahtuman ajankohta sijoitettiin viikkoa ennen naisten ensimmäistä peliä, jolloin pystyttäisiin mainostamaan parhaiten sarja-avausta ja naisten joukkuetta. Päätimme, että tapahtuma-aika on klo.15–17, jotta meillä olisi puoli tuntia aikaa järjestellä ennen kuin osallistujat tulevat paikan päälle, ja puoli tuntia tapahtuman jälkeen, jotta olisi aikaa siivota ennen kuin muilla joukkueilla alkaa vuoro. Tapahtuma-aika lyötiin lukkoon 17.1.2017 GBK:n toimistolla.

7.4 Tapahtumapaikka

Tapahtumaa suunnitellessa meillä oli vain yksi paikka mielessä missä halusimme järjestää tapahtuman, ja se oli kipparihalli Kokkolassa. Kipparihalli on ainut iso jalkapallohalli (pelialue 100 x 64m) tekonurmella Kokkolassa. Halusimme järjestää tapahtuman siellä, sillä se on hyvällä paikalla, siellä on hyvät tilat (WC, pukukopit, kahvio, katsomo), paljon parkkipaikkoja ja hyvä tekonurmi. Mietimme myös muita vaihtoehtoja, jos emme olisi saaneet kipparihallia, esimerkiksi Nordea Areena ja koulujen liikuntasaleja. Nordea Areena on kuitenkin huomattavasti pienempi kuin Kipparihalli, ja niin on myös koulujen liikuntasalit.

7.5 Tapahtuman ohjelma

Tapahtuman ohjelmaa aloitettiin miettimään jo marraskuun (2016) loppupuolella. Molemmat olivat silloin jo sitä mieltä, että kohderyhmänä olisivat lapset, ja sen takia tapahtuman ohjelmana olisi erilaisia toimintapisteitä. Pisteiden sisältö ei niinkään muuttunut siitä kuin aloitimme suunnittelun. Halusimme tapahtumalle mahdollisimman matalan kynnyksen osallistua, jotta myös heille jotka eivät pelaa jalkapalloa olisi mahdollisimman helppo tulla tapahtumaan. Siksi päätimme, että osallistujat saavat vapaasti liikkua pisteeltä toiselle, eikä tapahtuma edellytä läsnäoloa alusta loppuun saakka.

Toimintapisteiden suunnittelussa pyrimme, että sisältö olisi hauskaa, monipuolista, yksinkertaista sekä sopivan haastavaa. Halusimme jokaisesta pisteestä erinäköisen, sopivan sekoituksen leikkiä ja jalkapallon perusharjoituksia (tekniikkaa, syöttelyä, peliä, maalintekoa). Emme halunneet liikaa painottaa vain jalkapalloa lajina, siksi valitsimme myös leikkejä ilman palloa. Jokaisella pisteellä ohjaajan rooli on todella tärkeässä merkityksessä. Ohjaajan on oltava kannustava ja huomaavainen. Tapahtumassa oli yhteensä kahdeksan toimintapistettä, jotka olivat:

- Hippa
- Harjoitus/tekniikka
- Rata
- Vyörypallo
- Leikki
- Maalinteko/ tutka
- Sovellettu peli
- Peli

Hippa-pisteellä leikitään eri hippaleikkejä, kuten esimerkiksi tavallista hippaa, häntä hippaa, haara hippaa ja WC-pönttö hippaa. Tavoitteena on, että tytöillä olisi hauskaa ja saisivat samalla liikkua.

Harjoitus/tekniikka-pisteellä tavoitteena on saada tuntumaa palloon. Harjoituksia ovat muun muassa sisäsyrjäsyöttö, haltuunotto ja pallon kuljettaminen. Pisteellä on myös tekniikkapalloja verkoilla, jotta osallistujat saisivat kokeilla tekniikkaa. Riippuen osallistujan jalkapallotaustasta ja taidosta pystyisimme opettamaan juuri heille sopivia harjoitteita.

Rata, on sovellettu siten, että sen voi tehdä myös ilman palloa, että pallon kanssa. Radassa harjoitellaan kehonhallintaa ja koordinaatiota, sekä tasapainoa eri esteiden avulla.

Vyörypallossa osallistujat pääsevät leikkimään pallon kanssa. Osallistujat jaetaan kahteen joukkueeseen ja samaan aikaan koittavat osua keskellä olevaan palloon. Tarkoituksena on leikin kautta saada harjoitella syöttelyä, tarkkaavaisuutta sekä haltuunottoa.

Leikki koostuu eri leikeistä kuten esimerkiksi peili, kuka pelkää pelimiestä ja mustekala. Tarkoituksena on, että osallistujilla on hauskaa ja saavat samalla liikkua.

Maalinteko/tutka- pisteellä opetellaan potkaisemaan palloa. Ohjaajat opettavat potkutekniikan tytöille, jonka jälkeen on mahdollista potkia maaliin. Pisteellä on myös tutka, joka mittaa laukauksen nopeuden.

Sovellettu peli on ”hauskempi versio” pelistä. Pelissä pelataan tavallista peliä kahteen maaliin, mutta tavallisen jalkapallon sijaan käytetään rantapalloa, norsupalloa tai puolikkaista lötköpötköjä mailoina.

Pelin avulla tytöt pääsevät näkemään millaista lajin pelaaminen on, kun kaikki ominaisuudet yhdistyvät. He saavat myös kokeilla millaista on joukkuepelaaminen.

Toimintapisteiden lisäksi tapahtumassa on myös *lettibaari ja kasvomaalausta*. Halusimme näillä pisteillä houkutella lisää osallistujia paikan päälle ja tuoda vaihtelevuutta tapahtumasisältöön. Myös siksi, että tytöt saisivat välillä ”hengähtää” jotta jaksaisivat taas juosta ja leikkiä. Tapahtumapaikalla on myös kahvio, jossa myydään kahvia, trippejä, pullaa ja suklaata.

Päätimme etukäteen, että emme pidä yhteistä alkurinkiä tai lämmittelyä osallistujille, koska varsinaista aloitusajankohtaa ei tällä tapahtumalla ollut. Toivotimme kaikki osallistujat henkilökohtaisesti pääovella tervetulleeksi ja kerroimme lyhyesti tapahtuman sisällöstä. Tarkoituksena oli myös tiedottaa osallistujia mikrofonin kautta, kun suurin osa osallistujista on saapunut paikan päälle. Toiminta on vapaata ja osallistujat saavat omaan tahtiin kierrellä pistellä. Pyrimme organisoimaan jokaisen pisteen loogiseen järjestykseen.

7.6 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinointi oli meille aika haasteellista pienen budjetin takia, mutta halusimme kuitenkin panostaa siihen, jotta tapahtuma saisi paljon osallistujia. Saimme tehtyä yhteistyökumppanin kanssa laadukkaan mainoksen tapahtumasta, jota käytiin jakele-massa ympäri Kokkolaa. Teimme mainoksesta suomenkielisen ja ruotsinkielisen version. Tulostimme noin 50 kappaletta mainoksia A3 paperille, ja veimme niitä muun muassa Kokkolan eri liikuntapaikoille sekä myymälöihin ympäri kaupunkia. Sekä myös suomen- että ruotsinkielisiin kouluihin, esikouluihin ja lastentarhoihin. Päivitimme meidän omat Facebook sivumme tapahtumamainoksella, joka sai yhteensä 13 jakoa. Mainostimme tapahtumaa kolmesti Facebookin Puskaradio Kokkola sivulla, jossa on yhteensä liki 12 000 jäsentä. Jaoimme mainoksen myös Instagramissa. Tapahtuma lisättiin myös unelmat-liikkeelle sivustolle.

Kävimme ennen tapahtumaa myös Kokkola lehden, Keskipohjanmaa lehden sekä ÖT-lehden toimistoilla, kertomassa tapahtumasta. Kaikki kolme lehteä kiinnostuivat meidän yhteisestä lopputyöstä ja siihen liittyvästä tapahtumasta (liite 11). Tämän avulla saimme paljon

näkyvyyttä. Keskipohjanmaan lehti oli myös tapahtumassa paikan päällä ottamassa kuvia ja haastattelemassa meitä tapahtuman jälkimarkkinointia varten.

7.7 Tapahtuman turvallisuus

Pohdimme yhdessä GBK: n toimistolla tapahtuman turvallisuuteen liittyviä asioita, joita tulisi ottaa huomioon tapahtumaa järjestäessä. Laadimme turvallisuussuunnitelman, joka oli esillä tapahtumapaikalla ensiapu-pisteellä. Molemmilla ensiapuvastaavilla on voimassa oleva EA1 koulutus.

8 Tapahtuman toteutus

Tapahtumaprosessissa aikaa vievän suunnitteluvaiheen jälkeen tulee toteutusvaihe. Kokonaisuudessaan tapahtuman toteutus vie aikaa noin 10 % koko prosessista (Vallo & Häyrinen 2016, 189). Tapahtuman kannattaa toteuttaa huolella, sillä se on se hetki, joka tekee suunnitelmista toden (Vallo & Häyrinen 2016, 198).

Projektipäälliköiden tärkeys ja merkitys korostuu tapahtuman toteutusvaiheessa. Koko organisaatio kuitenkin on vastuussa tapahtuman läpiviemisestä. (Vallo & Häyrinen 2016, 265–267.) Työn toteutumista helpottaakseen olimme tehneet selkeän tapahtumakäsikirjoituksen (liite 3), josta pystyimme helposti jakamaan tehtäviä henkilökunnalle sekä pyysimme itse perillä kuka tekee mitäkin ja milloin. Helpottaaksemme omaa työtämme, teimme myös muistilistan johon listattiin kaikki tavarat, joita tullaan tapahtumassa tarvitsemaan (liite 4). Toteutusvaiheessa on pyritty toimimaan ja tekemään valintoja kirjallisuuskatsauksen pohjalta. Tapahtuman toteutuksessa on erotettu rakennusvaihe, itse tapahtuma sekä purkuvaihe.

8.1 Rakennusvaihe

Vaikka tapahtuman rakennusvaihe olisi kuinka hyvin suunniteltu, niin se vie kuitenkin paljon aikaa. Tämä tulee huomioida myös tapahtumatilan vuokrauksessa. Yleisemmin tapahtuman rakentaminen alkaa tekniikan rakentamisella ja tämän jälkeen tai yhtäaikaaisesti tuodaan kaikki kalusteet paikalle ja somistus voi alkaa. Viimeisimpänä tarjoiluun liittyvät tarvikkeet ja tarjottava tuodaan paikalle ja laitetaan valmiiksi. Rakennusvaihe tulee suunnitella yhdessä toimijoiden kanssa. (Vallo & Häyrinen 2016, 199.)

Olimme ottaneet rakennusvaiheen ajankäytön huomioon ja tulimme tapahtumapaikalle ajoissa. Tapahtuma-aika oli klo. 15.00–17.00 ja olimme varanneet tilan klo. 14.30–17.30. Tulimme tapahtumapaikalle noin. 12.30 ja aloitimme sillä, että toimme kaikki tarvittavat tavarat halliin valmiiksi. Meitä oli tässä vaiheessa kolme työntekijää. Vaikka halli oli vielä muiden käytössä, pystyimme toimimaan niin, ettemme häirinneet muiden joukkueiden toimintaa. Varmistimme, että tekniikka toimii ja kaikki on siltä osin valmiina. Me tapahtuman projektipäälliköt olimme muuten mukana rakentamisessa, mutta keskipohjanmaa – lehden haastattelu oli klo. 14.00–14.30. Tämän jälkeen pystyimme auttamaan valmisteluissa.

Olimme sopineet, että tehtävapisteen ohjaajat tulisivat paikalle klo. 14.30. Olimme edellisenä päivänä käyneet kaikkien tehtävät perusteellisesti läpi, joten kaikilla oli hyvin tiedossa mitä tulee tapahtumaan. Kävimme myös tilan ja rakentamiseen liittyvät asiat läpi,

jotta olisi helpompaa rakennusvaiheessa toimia ja hahmottaa. Kaikki tarvittavat tavarat olivat yhdessä paikassa ja ohjaajien oli siitä helppo ottaa oman pisteen tavarat mukaan ja tehdä toimintapisteet valmiiksi.

Vaikka olimme suunnitelleet rakentamisen ja varasimme sille hyvin aikaa, niin kaikesta huolimatta kiire tuli. Varaus olisi voinut alkaa jopa tuntia ennen tapahtuman alkua. Emme olleet ottaneet huomioon, että tapahtumaan voi tulla lapsia niin ajoissa. Ensimmäiset olivat paikalla jo 20 minuuttia etuajassa, joka vaikutti tilanteeseen. Saimme kuitenkin kaikki valmiiksi ja henkilökunta toimi hienosti yhteen ja kaikki auttoi kaikkia. Luotimme siihen, että muu henkilökunta hoitaa pisteet valmiiksi ja me pystyimme keskittymään lasten tervehtimiseen ja toivottamaan kaikki tervetulleeksi ovella.

8.2 Itse tapahtuma

Elämykselliset liikuntakokemukset ovat merkittäviä tulevien vuosien harrastustoiminnan kannalta. Parasta pienten lasten motivointia on järjestää liikkumisen ympäristö mahdollisimman monipuoliseksi. (Hakkarainen ym. 2009, 333.)

Meidän projektipäälliköiden tehtäviin kuului jokaisen osallistujan henkilökohtainen tervehtiminen ja ohjaaminen heti pääsisäänkäynnillä. Olimme iloisia ja kannustimme kaikkia rohkeasti aloittamaan eri toimintapisteiden kiertäminen. Ja muistutimme vielä, että toiminta on vapaata ja jokainen saa kiertää omaa tahtia eri pisteillä. Sekä kerroimme, että kaikille pisteille ei ole pakko mennä. Kerroimme kaikille, että vanhemmat voivat myös jäädä paikalle seuraamaan tai voivat myös osallistua toimintaan lasten kanssa. Olimme sijoittaneet tapahtumapaikan kartan heti sisäänkäynnin yhteyteen, josta pystyimme näyttämään mitä tapahtuu missäkin. Se selvensi ja helpotti meidän työtä todella paljon sekä asiakkaat pitivät sitä toimivana.

Tytöt aloittivat viemällä ulkovaatteet katsomoon, johon neuvoimme tavaroita jättämään omalla vastuulla. Tapahtuma ja toiminta lähtivät hyvin käyntiin hyvän ohjeistuksen ansiosta. Olimme suunnitelleet, että informoimme osallistujia lisää mikrofonin välityksellä. Emme kuitenkaan pystyneet hyödyntämään sitä enempää, kuin alkupuheessa ja loppupuheessa, koska hallissa kaikui ja puheesta oli vaikea saada selvää. Tiesimme, mikrofonin heikkoudesta, mutta emme osanneet odottaa että se kuului niin huonosti. Toivotimme kuitenkin alussa suomeksi ja ruotsiksi mikrofonilla kaikki yhteisesti tervetulleeksi ja kerroimme mitä kaikkea tapahtuma sisälsi ja muistutimme kaikkia täyttämään palautekyselyn ennen lähtöä. Lopussa kiitimme kaikkia yhteisesti osallistumisesta.

Tapahtumapaikalla oli ensiapupiste ja tapahtuman turvallisuudesta vastasi ensiapuvastaa-
vat. Ohjaajien kanssa oli käyty turvallisuussuunnitelma ja mahdolliset riskit oli kartoitettu
läpi ennen tapahtumaa. Ensiapupiste oli merkitty selkeästi keskelle hallia ja oli sillä tavoin
kaikkien nähtävillä ja tietoisuudessa. Ensiapupisteellä oli ensiapulaukku ja turvallisuus-
suunnitelma. Me projektipäälliköt toimimme tapahtumassa ensiapuvastaavina. Meillä mo-
lemmilla oli voimassaolevat EA1 – kortit ja olimme valmiina antamaan ensiapua tarvitta-
essa. Tapahtumassa selvittiin ilman haavereita, eikä ensiapua tarvittu antamaan kenelle-
kään.

Tapahtuman aikana oli havaittavissa positiivista energiaa ja iloista menoa. Tyttöjen il-
meistä pystyi näkemään, että he viihtyivät. Tapahtumaan aikana pystyi tekemään paljon
havaintoja sekä jututtamaan tyttöjä sekä tyttöjen vanhempia. Palaute oli positiivista ja täl-
laista tapahtumaa toivottiin lisää.



Kuva 1. Tapahtumakuva ratapisteeltä



Kuva 2. Tapahtumakuva sovelletulta pelipisteeltä

Pisteet toimivat pääosin hyvin ja jokaisen pisteen ohjaajat tiesivät mitä tehdä ja olivat kannustavia. Lettibaari ja kasvomaalaus olivat tyttöjen suosikkeja. Tämän takia toimintaa oli enemmän sillä puolella hallia missä olivat suosikkipisteet. Kannustimme ja ohjasimme tyttöjä käymään myös toisen puolen pisteillä, jolloin saatiin aina välillä toimintaa levitettyä ympäri hallia.



Kuva 3. Kasvomaalaus ja lettibaari

Tapahtuman kohderyhmänä oli 5-12 - vuotiaat tytöt, mutta suurin osa tytöistä oli noin 4-10 -vuotiaita. Toiminta sujui todella hyvin, vaikka ikäjakauma oli suuri. Kukaan ei kiinnittänyt siihen huomiota, eikä saatu valituksia. Olimme ohjeistaneet ohjaajia soveltamaan ja puutumaan siihen tarvittaessa. Paikalla oli muutama poika, mutta päätimme, että emme siihen puutu, koska se ei haitannut ketään. Hallissa oli myös joitakin sellaisia ihmisiä, jotka olivat tulleet omalla ajalla sinne potkimaan eikä osallistunut tapahtumaan. Pyysimme näitä siirtymään sellaiseen paikkaan, ettei häiritse tapahtumaa.

Tapahtuman kahvio toimi hyvin ja kahvion myyjä hoiti homman hienosti. Loppuvaiheessa alensimme kaikki tuotteet puoleen hintaan, jotta myynti kasvaisi, eikä meillä jäisi niin paljon tuotteita myymättä.

Tapahtuman palkinnot, palautekyselyt ja muu jaettava materiaali oli ulko-oven lähetyvillä. Tapahtuman palautekyselyjä jaettiin lasten vanhemmille sekä isommat lapset saivat myös halutessaan täyttää palautekyselyn. Olimme jo etukäteen päättäneet, että tulemme jakamaan kyselyitä jokaiselle, jotta mahdollisimman moni täyttäisi ja palauttaisi sen. Onnistuimme siinä, sillä suurin osa osallistujista täytti kyselylomakkeen. Yllätimme jokaisen lapsen lähtiessään rantapallolla, josta kaikki olivat todella iloisia. Jaoimme myös muuta materiaalia tytöille sekä tyttöjen vanhemmille, josta kerrotaan lisää jälkimarkkinointi kappaleessa.



Kuva 4. Palautekyselyt, palkinnot ja muu jaettava materiaali

Jokainen tapahtuman purkuvaihe tulisi pohtia etukäteen hyvin sekä tapahtumapaikka tulee purkaa ja siivota aina huolellisesti (Iiskola – Kesonen 2004, 12). Olimme ohjeistaneet etukäteen, että jokainen ohjaaja vastaa oman pisteen purkamisesta. Kun purkuvaiheessa jaetaan tehtävät, niin purkaminen tapahtuu sujuvasti, eikä kaikki jää yhden tai kahden ihmisen huolehdittavaksi. Veimme kaikki tavarat autoihin ja huolehdimme ne takaisin oikeille omistajille ja paikoille sovittuun aikaan mennessä.

8.3 Yhteenveto

Tapahtuma onnistui kokonaisuudessaan hyvin. Aina on kehitettävää ja näitä kehittämiskehdotuksia on annettu työn pohdinta osuudessa. Osallistujat olivat tyytyväisiä ja palautetta saatiin paljon, niin palautelomakkeille kuin fyysisesti eleinä ja puheina lapsilta, sekä lasten vanhemmilta.

Palkintoina oli rantapalloja sekä pyörän istuinsuojia ja niitä oli yhteensä 140. Palkintojen avulla pystyimme laskemaan tyttöjen osallistujamäärän. Rantapalloja jäi vain muutama, joten paikalle saatiin lähes 100 tyttöä. Lasten lisäksi paikalla oli lähes saman verran lasten vanhempia, isovanhempia ja muita huoltajia. Työntekijöitä ja talkoolaisia oli paikalla yhteensä noin 25. Suurin osa työntekijöistä oli GBK:n naispelaajia, jotka huolehtivat tehtävapisteidensä suunnittelusta, toteutuksesta ja purkamisesta. Talkoolaiset autoivat tapahtuma järjestelyissä ja olivat tapahtumajohtajien apuna tarvittaessa. Talkoolaisten tehtäviä oli esimerkiksi, julisteiden ja muiden mainosten esille laittaminen, kuvien ja videoiden ottamisen.

9 Tapahtuman jälkitoimet

Tapahtuman jälkeen on jälkimarkkinoinnin aika. Jälkimarkkinointia on muun muassa kiitoskortin tai – lahjan toimittaminen osallistujalle. Tällä tavoin tapahtumanjärjestäjät osoittavat kiitosta ja arvostusta kaikille tapahtumaan osallistuneille. Kiitosta tulisi antaa myös tietenkin tapahtuman isännille ja muulle henkilökunnalle. Myös palautteen kerääminen osallistujilta ja omalta organisaatiolta on jälkimarkkinointia. Kerätystä palautteesta olisi hyvä tehdä yhteenveto ja analysoida se, jonka avulla opitaan uusia asioita tapahtumaan liittyen. (Vallo & Häyrynen 2016, 220–221.)

Yhteistyökumppani Kokkolan kaupungin liikuntapalvelut sponsoroivat tapahtumaan jokaiselle osallistujalle pienen palkinnon. Jokainen tyttö sai lähtiessään Uintikeskus Vesiveijarin logolla varustetun rantapallon. Tytöt olivat todella tyytyväisiä ja innoissaan pienestä palkinnosta. Samassa yhteydessä jaoimme GBK:n tekemiä Kiinnostaako Futis?-lappuja (liite 8). Näissä lapuissa oli kaikkien ikäluokkien tyttöjen joukkueiden toimihenkilöiden yhteystiedot, joihin voi olla yhteydessä, mikäli jalkapallon harrastaminen alkoi kiinnostamaan. Saimme myös Suomen Palloliiton Keski-Pohjanmaan piiriltä PELI-ILO, jalkapallojuniorin vanhemman käsikirjoja (liite 8), joita jaoimme kaikille halukkaille vanhemmille. Saimme SPL:n Keski-Pohjanmaan piiriltä myös tyttöfutis – kortteja, joita jaoimme tytöille mukaan.

Kiitimme koko henkilökuntaa tapahtuman jälkeen. Tarjosimme koko henkilökunnalle pullakahvit ja toimintapisteiden ohjaajat saivat kaikki myös GBK:n pipot. Kyselimme henkilökunnan fiiliksiä ja keräsimme heiltä palautetta heti tapahtuman jälkeen. Siinä vaiheessa toimintapisteiden ohjaajilta tuli yhtenä kehittämis ehdotuksena pisteiden selkeämpi merkitseminen. Tapahtumapaikalla oli kaksi karttaa, jotka kuitenkin helpottivat tyttöjen kiertämistä eri pisteillä. Yhdeltä ohjaajalta tuli myös ehdotus, että olisiko jokaisella pisteellä pitänyt olla jokin tietty aika, jonka jälkeen olisi tapahtunut vaihto seuraavalle pisteelle. Olimme miettineet tätä vaihtoehtoa suunnitteluvaiheessa, mutta matalan kynnyksen säilyttämiseksi halusimme pitää toiminnan mahdollisimman vapaana ja avoimena. Ja näin jälkikäteen olemme tyytyväisiä päätökseemme.

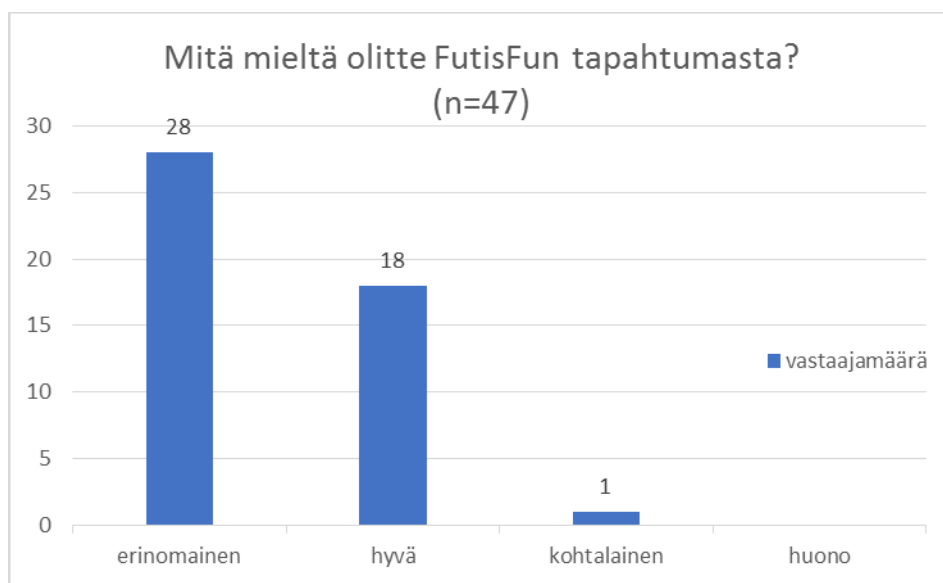
Työn tavoitteena oli saada näkyvyyttä tapahtumalla seuralle, joten olimme sopineet etukäteen, että Keskipohjanmaan – lehti tulee tekemään artikkelia vielä tapahtumapaikalle tapahtumasta. Otimme keskipohjanmaa lehteen yhteyttä, koska halusimme markkinoida tapahtumaa myös jälkikäteen. Ne, jotka eivät päässeet tai tienneet tapahtumasta, näkisivät ainakin, että tällainen tapahtuma on järjestetty ja toivon mukaan järjestetään vielä uudelleenkin. Pystyimme tässä yhteydessä kiittämään toimeksiantajaa GBK:ta ja mainosta-

maan GBK:n naisten liiga-avausta. Kiitimme myös tässä yhteydessä muita yhteistyökumppaneita ja sponsoreita, jotka mahdollistivat tapahtuman järjestämisen. Lehtiartikkeli kuvien kera julkaistiin seuraavan päivän lehdessä (liite 11).

9.1 Tapahtuman palautteet

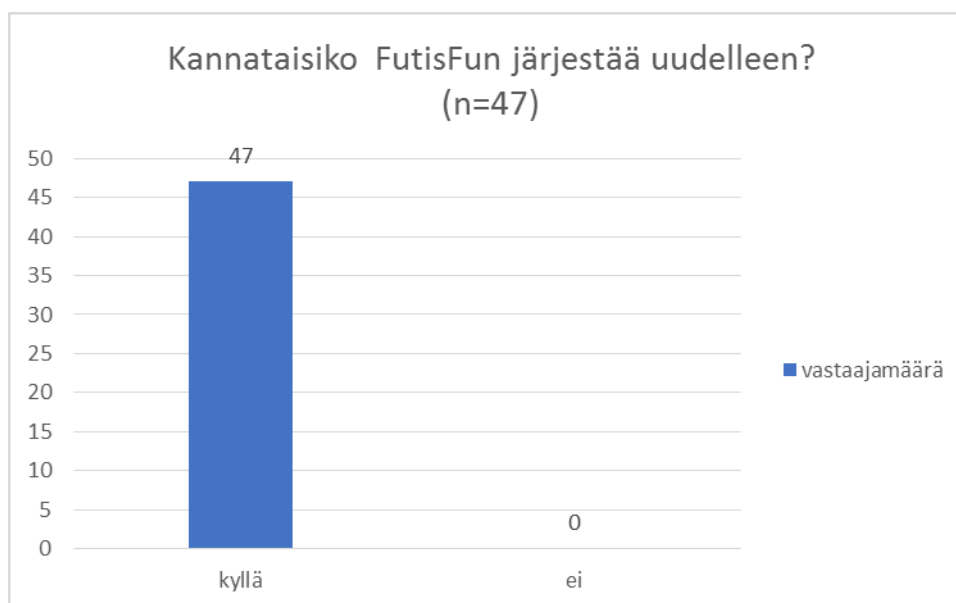
Palaute osallistujilta kerättiin jo tapahtuman aikana ja loppuvaiheessa. Olimme tulostaneet noin sata kappaletta palautekyselyitä sekä suomeksi että ruotsiksi, joita jaoimme lasten vanhemmalle tapahtuman aikana. (Liite 9) Suurin osa vastaajista oli lasten vanhempia, mutta myös muutama vanhempi lapsi täytti kyselyn. Palautekysely koostui viidestä kysymyksestä, joista kaksi oli avoimia. Kyselyyn sai myös täyttää omat yhteystiedot (nimi, puh., sähköpostiosoite), jolloin oli mukana arvonnassa. Palautekyselyssä ei tule esille mitä arvannon palkintoja, mutta kerroimme heille palkinnoista samalla kun jakelimme niitä. Kysyimme myös suurimmalta osalta tytöistä lähtiessään että ”oliko kivaa?”, ja kaikki vastasivat hymyssä suin, että kyllä!

Palautekyselyihin vastasi yhteensä 47 henkilöä. 40 henkilöä vastaajista oli myös täyttänyt omat yhteystiedot palautteeseen ja näin ollen olivat mukana arvonnassa. Ainoastaan seitsemän henkilöä ei jostain syystä täyttänyt yhteystietojaan palautekyselyyn. Ensimmäinen kysymys palautekyselyssä oli ”Mitä mieltä olitte FutisFun tapahtumasta?”. Vastausvaihtoehtoina oli erinomainen, hyvä, kohtalainen ja huono. Vastaajista 28 henkilöä eli suurin osa olivat sitä mieltä, että tapahtuma oli erinomainen ja 18 olivat sitä mieltä, että tapahtuma oli hyvä. Eli näin ollen voidaan jo todeta, että tapahtuma oli näiden tulosten perusteella varsin onnistunut. Ainoastaan yksi vastaajista oli sitä mieltä, että tapahtuma oli kohtalainen, ja kukaan ei ollut sitä mieltä, että se oli huono.



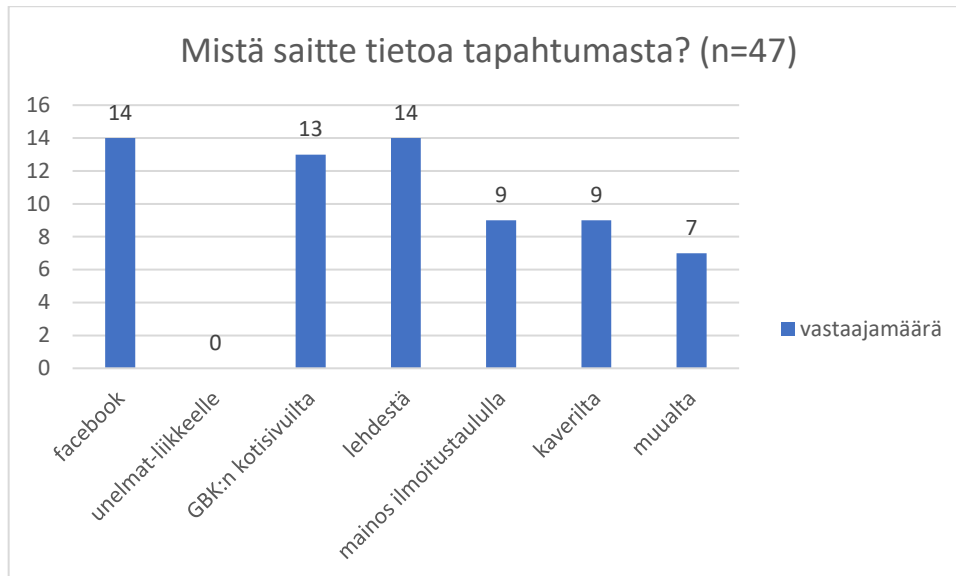
Kuvio 2. Mitä mieltä olitte FutisFun tapahtumasta? (n=47)

Kysymyksessä "Kannattaisiko FutisFun järjestää uudelleen?" olivat kaikki 47 henkilöä sitä mieltä, että kyllä, FutisFun tapahtuma kannattaa järjestää uudelleen. Vastausvaihtoehtoina oli kyllä ja ei.



Kuvio 3. Kannattaisiko FutisFun järjestää uudelleen? (n=47)

Kysymyksessä "mistä saitte tietoa tapahtumasta" oli vastaajilla mahdollisuus täyttää enemmän kuin yksi vaihtoehto. Suurin osa vastaajista oli saanut tietoa tapahtumasta Facebookista, lehdestä ja GBK:n omilta kotisivuilta. 14 henkilöä vastaajista oli saanut tietoa Facebookista sekä lehdestä, ja 13 henkilöä GBK:n omilta kotisivuilta. Yhdeksän henkilöä vastaajista oli saanut tietoa tapahtumasta mainoksesta ilmoitustaululla sekä kaverilta. Seitsemän henkilöä vastaajista oli saanut tietoa muualta, näistä neljä oli saanut tiedon tapahtumanjärjestäjiltä ja kolme GBK:n juniorijoukkueelta. Vaikka laitoimme tapahtuman myös unelmat liikkeelle-sivustolle, kukaan vastaajista ei kuitenkaan saanut tietoa tapahtumasta sieltä.



Kuvio 4. Mistä saitte tietoa tapahtumasta? (n=47)

Palautekyselyssä oli myös kaksi avointa kysymystä: ”mikä oli hyvää tapahtumassa” ja ”miten tapahtumaa voisi kehittää?”. Ihan kaikki ei kuitenkaan vastannut näihin. Ensimmäinen kysymys sai huomattavasti enemmän vastauksia verrattuna toiseen. Palautekyselyiden perusteella hyvää tapahtumassa oli muun muassa se, että pisteitä oli paljon jolloin tekeminen oli monipuolista ja leikkimielistä. Tapahtuma oli hyvin järjestetty, ohjaajat olivat kannustavia, tapahtumalla oli hyvä tila ja ajankohta. Lettibaarista ja kasvomaalauksesta pidettiin myös erityisen paljon. Palautekyselyjen mukaan tapahtumaa voisi kehittää muun muassa selkeyttämällä ja informoimalla eri pisteet vielä paremmin sekä kertomalla lisää seuraan liittymisestä. Palautekyselyiden avointen kysymysten kaikki vastaukset on lisätty työn liitteisiin (liite 10).

10 Pohdinta

Projektin toimeksiantajalla GBK:lla, oli tarve toteuttaa matalankynnyksen liikuntatapahtuma tytöille ja kasvattaa tällä tavoin tyttöpuolen jalkapallotoimintaa. Vastasimme tähän tarpeeseen suunnittelemalla ja toteuttamalla 5-12 -vuotiaille tytöille suunnatun jalkapallo-tapahtuman Kokkolassa 12.3.2017.

Asetimme tapahtuman kävijätavoitteeksi 50 osallistujaa. Osallistujia saapui paikalle kuitenkin liki 100, johon olemme enemmän kuin tyytyväisiä. Tämän lisäksi tyttöjen huoltajia oli paikalla ainakin saman verran kuin osallistujia.

Tapahtuman tavoitteena oli panostaa mainostamiseen. Tapahtuman avulla haluttiin mainostaa GBK:n seuratoimintaa ja seuran naisten liigajoukkuetta, joka aloitti sarjan viikkoa myöhemmin tapahtuman ajankohdasta. Mainostaminen ja tapahtuman markkinointi onnistui mielestämme kaikista parhaiten ja ylitimme itsemme siinä hommassa. Saimme aktiivisella ja rohkealla toiminnallamme palstatilaa lähes kaikkiin Kokkolan lehtiin, niin ennen kuin tapahtuman jälkeenkin. Hyödynsimme myös sosiaalista mediaa tehokkaasti.

Työn tavoitteena oli luoda tapahtumasta niin innostava, että tytöt innostuisivat jalkapallon harrastamisesta ja liittyisivät mahdollisesti seuran toimintaan mukaan. Tämäkin onnistui hyvin, sillä tyttöjen ja vanhempien palaute ja yleisilme tapahtumassa oli loistava. Annoimme kaikille rantapallon lähtiessä ja seuraesitteen, jonka avulla jokaisen on helppo ottaa yhteyttä seuran toimihenkilöihin. Saimme kerättyä palautekyselyn avulla myös lasten ja vanhempien yhteystietoja ylös, joita seura voi halutessaan hyödyntää jatkoa ajatellen. Tytöt olivat innostuneita tästä tapahtumasta joten, ovat myös mahdollisesti muustakin seuran jalkapallo toiminnasta. Muutamalta lapsen vanhemmalta saimme tapahtuman jälkeen viestiä, että tapahtuman ansiosta tyttö innostui kovasti jalkapallosta ja kipinä pelaamiseen syttyi.

Toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen tapahtumaan ja toivoo, että tapahtuma järjestettäisiin uudelleen tulevana vuosina. Tapahtuman jälkeen GBK teki uuden tyttöjoukkueen 2010 ja 2011 syntyneille tytöille, joka on osittain myös tapahtuman ansiota. Työssä saavutettiin annetut tavoitteet. Suunnittelu ja toteuttaminen onnistuivat hyvin. Tapahtuma koettiin innostavaksi ja helposti toteutettavaksi tulevaisuutta ajatellen. Tapahtuman onnistunut toteutuminen ja positiivinen palaute herättivät positiivisia ajatuksia tapahtuman jatkoa ajatellen, niin järjestäjissä, osallistujissa kuin toimeksiantajassa.

Tämän projektin aikana opeteltiin aihealueen teorian tietoa ja suunniteltiin sekä toteutettiin tapahtuma. Aloitimme suunnittelun marraskuussa 2016. Kehitimme sitä jatkuvasti uusien ajatusten ja teorian tiedon pohjalta. Parityöskentelyssä on omat haasteensa, mutta opimme ja pystyimme antamaan tälle projektille enemmän, kun teimme työtä yhdessä. Kirjoitimme paljon yhdessä, mutta jaoin myös tehtäviä tasaisesti molemmille. Lopuksi kävimme aina yhdessä työtä läpi. Tämä järjestely vaatii hieman enemmän aikaa, mutta lopputulos on kaiken sen arvoista ja molempien näkemys saadaan varmasti paperille.

Toivomme todella, että tapahtuma tullaan järjestämään uudestaan vielä tulevaisuudessa. Siksi haluammekin miettiä tarkkaan kehittämisehdotuksia jatkoa ajatellen. Pohdimme vielä lisää mikä tapahtumassa oli hyvää ja miten sitä voisi kehittää. Otamme huomioon osallistujien ja ohjaajien palautteet, sekä omia ajatuksia ja mielipiteitä.

Olemme ensinnäkin iloisia siitä, että yhteistyö GBK:n kanssa sujui moitteetta. Saimme heiltä riittävästi apua, mutta he myöskin luottivat meihin ja antoivat meille vastuuta organisoida tapahtuma kahdestaan alusta loppuun. Myös työskentely muiden yhteistyökumppaneiden kanssa onnistui hyvin.

FutisFun tapahtuma järjestettiin sunnuntaina 12.3.2017 klo.15–17 Kokkolassa Kipparihallissa. Olimme tapahtuman ajankohtaa päättäessä huomioon tavoitteena olevan naisten liigajoukkueen sarja-avauksen. Ajankohta oli sinänsä hyvä, mutta harmittavaa oli, että samana päivänä oli Kokkolassa myös Hippon Hiihdot sekä Elban ulkoilupäivä. Myös GBK:n 06/07 syntyneillä tytöillä oli peli samaan aikaan. Olimme kuitenkin jo päättäneet ajankohdan ja tehneet tilan varauksen, joten emme voineet enää muuttaa sitä.

Tapahtuma-aika oli klo.15–17, mutta osallistuminen ei edellyttänyt läsnäoloa alusta loppuun. Tällä tavoin saatiin kynnys osallistua mahdollisimman matalaksi ja se näytti toimivan, sillä osallistujia tuli lisää koko tapahtuman ajan. Muutama tyttö tuli jopa numerolappu päällä hiihtokisoista jalkapalloilemaan.

Tapahtumapaikkana Kipparihalli oli loistava. Halli on iso, riittävän lämmin sisäilma, hyvät tilat (pukukopit, wc, katsomo), hyvä tekonurmi ja paljon parkkipaikkoja. Ainoa huono puoli Kipparihallissa oli se, että puhuessa mikrofoniin kaikui, eikä näin ollen puheesta saanut juurikaan selvää. Sen vuoksi emme pystyneet pitämään tervetuliaispuhetta emmekä markkinoimaan naisten liiga-avausta ja seuraan liittymistä niin selvästi kuin olisimme toivoneet.

Tapahtuman budjetti oli nolla euroa ja siinä pysyttiin. Tapahtuman mahdollisti yhteistyökumppanit ja sponsorit. Budjetin ollessa nolla se toi haasteita toteuttamiselle ja markkinoinnille. Halusimme kuitenkin tapahtumalle näkyvyyttä ja saimme sponsoreilta ja paikallislehdiltä siihen aktiivisella toiminnallamme apua. Tapahtuman markkinointi sosiaalisessa mediassa oli helppoa, koska se on ilmaista. Saimme kolmeen eri paikallislehteen palstatilaa ennen tapahtumaa sekä tapahtuman jälkeen yhteen lehteen (Liite 11). Tapahtuman mainosjuliste toteutettiin myös sponsoroinnin avulla. (Liite 6) FutisFun julisteesta saatiin huomiota herättävä, selkeä ja se viesti hyvin tapahtuman tunnelmaa. Veimme mainoksia ilmoitustauluille ympäri Kokkolaa niin kouluille, esikouluille, päiväkoiteihin kuin kauppoihin. Olemme todella tyytyväisiä markkinointiin ja tapahtuman toteuttamiseen, kun ajattelee, että budjetti pysyi nollassa. Saimme jopa hieman ylimääräisiä tuloja kahviosta.

Teimme kartan eri pisteistä, jota esittelimme jokaiselle osallistujalle heidän tullessaan tapahtumapaikalle, jotta he saivat selkeän kuvan tapahtuman sisällöstä. Yritimme myös olla kannustavia tyttöjä kohtaan ja rohkaisemaan heitä kokeilemaan kaikkia pisteitä. Mielestämme onnistuimme siinä. Tytöt näyttivät viihtyvän ja liikkuvat rohkeasti pisteeltä toiselle. Liikkuminen tapahtumapaikalla toimi hyvin ja myös yleisesti ottaen pisteet toimivat hyvin. Pisteet oli tarkkaan suunniteltu ja sijoitettu. Ohjaajat tiesivät mitä tehdä ja olivat kannustavia. Toimintapisteiden lisäksi lettibaari ja kasvomaalaus toimivat hyvin ja hyvänä ”extrana” toimintapisteiden rinnalla. Saimme myös paljon hyvää palautetta (liite 9) palautekyselyissä mm. lettibaarista ja kasvomaalauksesta, sekä toimintapisteiden monipuolisuudesta. Suurin osa osallistujista viihtyi paikalla koko tapahtuman ajan ja mielestämme kaksi tuntia oli juuri sopiva aika tälle tapahtumalle.

Palautekyselyistä ja ohjaajien palautteista nousi esille, että toimintapisteet olisi voinut merkitä vielä selkeämmin, esimerkiksi niin, että jokaisella toimintapisteellä olisi ollut kyltti, jossa olisi lukenut toimintapisteiden nimi. Se olisi helpottanut niin osallistujien kuin ohjaajienkin toimintaa. Se mihin emme myöskään olleet kiinnittäneet riittävästi huomiota tapahtumaa suunniteltaessa oli, että ensimmäiset osallistujat tulivat paikalle jo 20 minuuttia ennen aloitusta. Tämän takia valmisteluissa tuli hieman kiire ja ohjaajien informointi jäi melko suppeaksi. Tapahtumanjohtajan tulee osata organisoida ja jakaa hyvissä ajoin henkilökunnan tehtävät, miten toimitaan tapahtumaa ennen, aikana ja jälkeen, jotta epäselvyyksiltä ja kiireeltä vältyttäisiin. Tapahtumaa ennen tapahtuvat valmistelut vievät eniten aikaa, joten siihen on varauduttava hyvin. Esimerkiksi sponsoreitten hankkimiseen kuuluu monta eri vaihetta. Ensiksi täytyy löytää yrityksestä henkilö, johon tulee ottaa yhteyttä ja varata reilusti aikaa siihen, että vastaus sponsoroinnin onnistumisesta ei selviä heti. Siihen voi kulua jopa kuukausi, jos yrityksen sponsorointihakemukset luetaan vain kerran kuukaudessa. Tämän jälkeen pidetään yhteyttä ja sovitaan toimintatavoista. Tavarat tulee noutaa

ennen tapahtumaa ja palauttaa tapahtuman jälkeen. Yhteistyökumppaneiden kiittäminen on todella tärkeää, jotta molemmille osapuolille jäisi hyvä mieli yhteistyöstä. Tapahtuman kohderyhmäksi valittiin 5-12 vuotiaat tytöt, ja jälkeinpäin mietittynä ikäluokka 3-10 vuotiaat olisi ollut parempi valinta. Paikan päällä ei juurikaan ollut 10–12 – vuotiaita, kun taas 3-4 – vuotiaita oli paljon.

Tapahtumaa suunnitellessa pohdimme ensin, että kohderyhmänä olisivat sekä pojat että tytöt. Tapahtumia jotka ovat suunnattu sekä pojille että tytöille on kuitenkin jo niin paljon, joten halusimme uuden ja erilaisen tapahtuman. Pohdimme, onko eettisesti oikein järjestää tapahtuma ainoastaan tytöille, ja jättää pojat pois. Mutta tulimme siihen tulokseen, että tyttöjä tulee luultavasti enemmän, jos poikia ei ole olleenkaan paikalla. Pojilla tämä ei luultavasti vaikuttaisi samalla tavalla. GBK:lla oli myöskin nimenomaan tarve järjestää matalan kynnyksen liikuntatapahtuma, ja saada tällä tavoin lisää tyttöpelaaajia seuraan. Olemme järjestäjinä tyytyväisiä päätökseen ja saimme myöskin paljon hyvää palautetta osallistujilta siitä, että tapahtuma oli suunnattu ainoastaan tytöille.

Toteamme tämän työn asiantuntijoina, että tällainen avoin liikuntatapahtuma innostaa lapsia liikkumaan ja saa ne ujoimmat ja ei niin liikunnallisetkin lapset mukaan toimintaan. Kynnys osallistua on alhainen, kun toiminta pidetään tarpeeksi leikkimielisenä ja hauskana. Tekemisen olisi hyvä olla vapaavalintaista ja tarpeeksi monipuolista. Toiminnallisten pisteiden lisäksi tulisi tarjota myös jotain oheistoimintaa, jotta kaikki viihtyisivät tapahtumassa. Tämän tapahtuman oheistoimintana oli lettibaari ja kasvomaalaus, jotka olivat melkein liiankin suosittuja. Oheistoimintaa olisi voinut tässäkin tapahtumassa keksiä myös lasten vanhemmille, joten ehdotamme sen miettimistä mahdolliselle seuraavalle kerralle. Tällainen tapahtuma olisi helppo toteuttaa myös muissa lajeissa vuodenajasta riippumatta. Se innostaisi uusia harrastajia lajin pariin ja antaisi ehkä jotain uutta jo lajia harrastaville. Samalla seuran toiminta tulisi tapahtuman myötä, niin osallistujille kuin ilmoituksen nähneille tutuksi. Tämä työ antaa kokonaisuudessaan myös hyvät valmiudet kaikille järjestää erilaisia tapahtumia.

Tämän työn jälkeen toivomme, että GBK panostaa aktiivisella toiminnalla tyttöjen jalkapallotoimintaan seurassa ja hyödyntää tämän työn saavutuksia ja jatkokehittämisehdotuksia. Jälkimarkkinoinnilla saimme informaatiota ja innostusta osallistujiin. Osallistujien yhteystiedot ovat selvillä ja toivomme, että seura ottaa yhteyttä näihin potentiaalisiiin tuleviin jalkapallotähtiin. GBK järjestää lapsille jalkapallokouluja pari kertaa vuodessa, joten ehdotaisimmekin, että mahdollisimman moni tämän tapahtuman osallistujista voitaisiin saada

tällä tavoin seuran toimintaan mukaan. On tärkeää, että tyttöjen junioritoimintaan panostetaan huolella, että harrastajamäärät pysyvät korkealla myös tulevaisuudessa. Tässä opin-
näytetyössä päästiin asetettuihin tavoitteisiin ja tapahtuman tulevaisuus näyttää valoisalta.

Lähteet

- Beech J., Kaiser S. & Kaspar R. 2014, The business of events management. Pearson Education Limited. United Kingdom.
- Björkstrand, O. & Frilund, R. 2009, Föregångare. Edelläkävijä. Gamlakarleby Bollklubb rf. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.
- Bladen C., Kennell J., Abson E. & Wilde N. 2012, Events management. Routledge. New York.
- Dahlqvist, U. & Linde, M. 2012, Reklam och PR som ger effekt. Liber AB. Malmö.
- Etelä-Pohjanmaan liitto. 2007. Tapahtumajärjestäjän opas. Luettavissa: www.etelapohjanmaa.fi/kulttuuri/documents/tapahtumaopas.pdf. Luettu: 10.1.2017.
- Gbk. 2017. Joukkueet. Luettavissa: <http://www.gbk.fi/joukkueet>. Luettu: 22.2.2017.
- Gbk. 2017. Valmennus. Luettavissa: <http://www.gbk.fi/seura/71881/traning-valmennus>. Luettu: 22.2.2017.
- Hakkarainen H., Jaakkola T., Kalaja S., Lämsä J., Nikander A., Riski J. 2009, Lasten ja nuorten urheiluvalmennuksen perusteet. VK –kustannus Oy. Lahti.
- Hämäläinen K., Danskanen K., Hakkarainen H., Lintunen T., Jaakkola T., Forsblom K., Pulkkinen S., Pasanen K., Kalaja S., Riski J., Arajärvi P., Lehtoviita T. 2015. Lasten ja nuorten hyvä harjoittelu. VK –Kustannus Oy. Lahti.
- Iiskola - Kesonen, H. 2004. Mitä, Miksi, Kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjälle. Suomen Graafiset Palvelut Ltd. Iisalmi.
- Infopankki. 2016. Vapaa-aika Kokkolassa. Luettavissa: <http://www.infopankki.fi/fi/kokkola/elama-kokkolassa/vapaa-aika-kokkolassa>. Luettu: 28.3.2017.
- Juurakko A., Kauhanen J. & Öhage U. 2012. Kulttuurista liiketoimintaa. Waasa Graphics Oy. Vaasa.

Karvinen, J., Rätty, K., Rautio, S. 2010. Haasteena liikkumattomat lapset ja nuoret. Luettavissa: http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTQvMDQvMjIvMTJfNTVfMzFfMzBfSGFhc3RlZW5hX2xpaWtrdW1hd-RvbWF0X2xhcHNldF9qYV9udW9yZXRfX3NlbHZpdHlzdHlfLnBkZiJdXQ/Haasteena_liikkumattomat_lapset_ja_nuoret_-selvitysty%C3%83%C2%B6.pdf. Luettu: 29.3.2017.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Dark Oy. Vantaa.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2015, alaikäiset, markkinointi ja ostot. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/aihekohtaiset/alaikaiset-markkinointi-ja-ostokset/>. Luettu: 29.3.2017.

Kf10 2017. Luettavissa: <http://www.kf10.fi/>. Luettu: 18.4.2017

Kokkola 2015. Liikuntajärjestöt ja – seurat. Luettavissa: http://www.kokkola.fi/asiointi_ja_yhteystiedot/seurarekisteri/fi_FI/liikuntajarjestot_ja_seurat/. Luettu: 28.3.2017.

Kpv 2017. Joukkueet. Luettavissa: <http://www.kpv.fi/joukkueet>. Luettu: 14.4.2017.

Kullström, M., Ruotsalainen, S-M. 2014, lasten liikuntakirja. Bookwell Oy. Porvoo.

Kåla Peter. GBK juniorivalmennuspäällikkö. 2017. Haastattelu 16.3.2017.

Kåla Peter, GBK juniorivalmennuspäällikkö. 2017. Haastattelu 5.4.2017.

Lampinen J. & Välikylä T. 2009. Yleisötilaisuuden järjestämisopas. Suomen Ympäristö- ja Terveysalan Kustannus Oy. Vammalan kirjapaino Oy. Sastamala.

Löow, M. 2002. Onnistunut projekti. Projektijohtamisen ja -suunnittelun käsikirja. Suomentanut Tillman M. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Mustikkamaa. 2013. Onnistunut tapahtumamarkkinointi vaatii hyvää suunnittelua. Luettavissa: <http://mustikkamaa.fi/blogi/82/onnistunut-tapahtumamarkkinointi>. Luettu: 12.1.2017.

Olin K. 2011. Facebook markkinointi, käytännön opas. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Palloliitto. 2016. Jalkapallon harrastajamäärä murskaa ennätyksiä. Luettavissa: <https://www.palloliitto.fi/uutiset/suomen-palloliitto/jalkapallon-harrastajamaara-murskaa-ennatyksia>. Luettu: 4.4.2017.

Palloliitto. 2016. Pelipassilistaukset. Luettavissa: <https://www.palloliitto.fi/uusimaa/seura-toiminta/pelipassilistaukset>. Luettu: 4.4.2017.

Raj R., Walters P. & Rashid T. 2013, Events management, principles & practice. SAGE Publications Ltd. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.

Ruuska, K. 2007. Pidä projekti hallinnassa: suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Talentum Media Oy. Helsinki.

Ruuska, K. 2012. Pidä projekti hallinnassa: suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Hansaprint Oy. Vantaa.

Seppälä P. 2011. Kiinnostu & kiinnosta, näin markkinoit järjestöäsi sosiaalisessa mediassa. Esa Print. Lahti.

SLU. 2010. Kansallinen liikuntatutkimus 2009–2010. Luettavissa: http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiZlsljwMTMvMTEvMjYvMTNfNDRf-MzJfMjgwX0xpaWt1bnRhdHV0a2ltdXNfbnVvcnV0XzlwMDIfMjAxMC5wZGYiXV0/Liikuntatutkimus_nuoret_2009_2010.pdf. Luettu: 2.4.2017.

Tampereen tapahtumatoimisto. 2017. Opas tapahtuman viestintään ja markkinointiin Tampereella. Luettavissa: <https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/opasnetti-final.pdf>. Luettu: 15.3.2017.

Tampereen tapahtumatoimisto. 2017. Turvallisuus. Luettavissa: <https://www.tapahtumatoimisto.com/fi/materiaalipankki/turvallisuus>. Luettu: 1.3.2017.

Terve Koululainen. 2014. Taustajoukot tukena. Luettavissa: <http://www.tervekoululainen.fi/elementit/taustajoukottukena>. Luettu: 4.4.2017.

Vallo H. & Häyrynen E. 2012, tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Vallo H. & Häyrinen E. 2014, tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Vallo H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Vallo L. 2009. Isännyyden ihanuus. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Valtion Liikuntaneuvosto. 2016. Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa. Luettavissa: http://www.liikuntaneuvosto.fi/files/438/LIITU_2016.pdf. Luettu: 4.4.2017.

Visit Finland. 2013. Tapahtuman järjestämisen turvalisuus. Luettavissa: <http://ekulma.kulmat.fi/kirjasto/Tapahtuman-turvallisuus/>. Luettu: 10.2.2017.

Liitteet

Liite 1. Toimintasuunnitelma

Toimintasuunnitelma

FutisFun jalkapallotapahtuma 5-12 vuotiaille tytöille 12.3.2017

Määrällinen tavoite

Tavoitteena olisi saada tapahtumaan ainakin 50 osallistujaa. Toivotaan, että osallistujien kirjo olisi laaja, jo lajin parissa harrastavia sekä sellaisia, jotka eivät vielä lajia harrasta joukkueessa. Tapahtumalla ei ole rahallisia tavoitteita.

Markkinointi

Tapahtumaa markkinoidaan julisteilla Kokkolan kouluissa, liikuntapaikoissa sekä kaupoissa. Tapahtumaa tiedotetaan kaikissa paikallisissa lehdissä. Tapahtumasta tehdään iso lehtijuttu Kokkolan lehteen, joka ilmestyy aina kerran viikossa kaikille kotitalouksille. Kokkolan lehteen tulee myös maksullinen mainos tapahtumasta. Pienemmät lehtijutut tulee suomenkieliseen päivittäislehteen Keski-Pohjanmaahan ja ruotsinkieliseen Österbotens Tidning päivittäislehteen. Markkinoinnissa on otettu huomioon myös Suomi100 juhlat vuosi ja tapahtumaa tullaan mainostamaan Unelmat Liikkeelle internetsivulla sekä Kokkolan Suomi100 maaliskuun tapahtumapalstalla, joka julkaistaan myös paikallislehdessä. Sosiaalisen median voimaa tullaan myös kokeilemaan tapahtuman markkinoinnissa. Facebookissa mainostetaan julkaisuilla sekä tapahtuman luodaan oma tapahtuma Facebookiin. Seuran Facebook sivuilla sekä omilla internetsivuilla tullaan myös mainostamaan tapahtumaa. Markkinointi aloitetaan helmikuussa 2017.

Talous

Tapahtumalle laaditaan budjetti. Menot pyritään pitämään mahdollisimman alhaisina. Menoja tulee ohjaajien ja työntekijöiden kuluista, lehti-ilmoituksista, julisteiden valmistamisesta ja tulostamisesta sekä kahvilan, lettibaarin ja kasvomaalauksen tarvikkehankinnoista. Tapahtumalle hankitaan sponsoreita, jolloin pystytään pitämään menot mahdollisimman alhaisina.

Tapahtuman järjestelyt ja vastuut

	Rebecca	Jenny	GBK	Kokkolan Liikuntapalvelut	Sponsorit
Budjetti	Budjetin laatiminen ja siitä huolehtiminen	Budjetin seuraaminen			
Markkinointi	Julisteen suunnittelu ja jakelu, lehtijutut, Facebook-päivitys	Julisteen suunnittelu ja jakelu, lehtijutut	Facebook-tapahtuman luominen, seuran nettisivuille ilmoitus, jalkapalloilijan aloitusopas, yhteydenotto valmentajiin	Unelmat Liikkeen sivulle tapahtuman luominen, Suomi100 maaliskuun tapahtumiin ilmoitus	Julisteiden teko ja tulostus (kp-konservatorio) Sponsoroiden mainostaminen julisteissa sekä tapahtumapaikalla
Tapahtuman tavarat	Tavaroiden hankinta ja kускаaminen	Tavaroiden hankinta ja kuskanen	Tehtävapisteen tavarat	Osallistujien palkinnot, ratapisteen tavarat	Palautekyselyn arvonnän palkinnot (KP-konservatorio)
Äänentoisto	Mikrofonin käyttäminen	Mikrofonin hankkiminen ja käyttäminen			
Tehtävapistet	Ohjaajien hankkiminen ja informointi	Ohjaajien informointi tapahtumapaikalla	Gbk:n naispe-laajat ohjaajina		
Lettibaari		Työntekijöiden hankkiminen ja opastus			Hiusnauhat
Kahvio	Työntekijän hankkiminen ja opastus		Kahvinkeitin, termospullo ja kertakäyttö astiat		Pullat ja leivokset (Harjun leipomo ja Pohjanmaan leipomo) Kahvi, tripit ja makeiset (Halpa-Halli) Kertakäyttömukit ja kahvi (Mini-mani)
Kasvomaa-laus	Työntekijöiden hankkiminen ja opastus				Kasvovärit
Aloitut	Tapahtuman avaus ja opastus	Tapahtuman avaus ja opastus			
Lopetus	Tapahtuman lopetus ja palautteen kerääminen	Tapahtuman lopetus ja palautteen kerääminen			

Tapahtumasisältö

Tapahtumaan ovat kaikki 5-12-vuotiaat tytöt tervetulleita. Tapahtumaan voi tulla myös lasten vanhemmat mukaan. Ei ole ennakkoilmoittautumista ja tapahtumaan vapaa pääsy. Tapahtuma järjestetään jalkapallohallissa Kokkolan Kipparihallissa. Tapahtuma kestää kaksi tuntia ja on tapahtumaan mahdollista tulla ja lähteä missä vaiheessa vain. Liikuttaminen tapahtumapaikalla on vapaata eri tehtäväpisteissä. Tehtäväpisteitä on yhteensä kahdeksan ja ohjaajina niissä toimii naisten liigapelaajat. Pisteet ovat leikkimielisiä ja kaiken ikäisille ja tasoisille sopivia sekä sovellettavissa tarpeen tullen. Liikunnallisten pisteiden lisäksi tapahtumapaikalla on myös lettibaari, kasvomaalausta sekä kahvio.

Tehtäväpisteet

- Harjoitus/tekniikka
 - Peli
 - Sovellettu peli
 - Hippa
 - Rata
 - Vyörypallo
 - Leikki
 - Maalinteko/ tutka
-
- Lettibaari
 - Kasvomaalaus
 - Kahvio

Turvallisuus

Tapahtuman turvallisuussuunnitelma on työn liitteenä (liite 5).

Tapahtuman riskit ja riskien hallinta

Riskien kartoitus on avattu tarkemmin alla olevassa taulukossa (Taulukko 2). Riskit on kuvattu tapahtuman aikana esiintyviin mahdollisiin riskitilanteisiin. Riskien taso on kuvattu asteikolla 1 - 3, jossa 1 kuvaa riskin olevan vähäinen, 2 riski on kohtuullinen ja 3 riski on todennäköinen.

Riski	Todennäköisyys	Miten toimitaan?
Osallistujien vähäinen määrä	2	Toiminta onnistuu melkein kaikilla pisteillä, vaikka osallistujia olisi esim. alle 10 henkilöä. Liikutaan kaikki yhdessä ja ohjaajat mukaan liikkumaan, jolloin myös pelaaminen on mahdollista.
Loukkaantumiset ja vaaratilanteet	3	Tätä varten tehdään turvallisuussuunnitelma. Tapahtumapaikalla on turvallisuusvalvoja, jonka tehtävänä on valvoa turvallisuutta ja antaa ensiapua tarvittaessa. Selkeät ohjeet ja riittävästi henkilökuntaa huolehtimaan turvallisuudesta.
Tapahtuman peruuntuminen	1	Ilmoitus seuran internetsivuille sekä tapahtuman Facebook sivuille.
Häiriökäyttäytyjät	1	Tapahtumapaikalla on valvoja, joka huolehtii ensisijaisesti turvallisuudesta. Tarvittaessa kutsutaan poliisi apuun.
Ohjaaja/työntekijä ei saavu paikalle	2	Ohjaajia hankitaan sen verran, että yhden tai kahden ihmisen poissaolo ei haittaa mitään. Kysytään etukäteen ohjaajaa, joka voisi tulla paikalle hätätilanteessa.
Tapahtuman aikatauluissa pysyminen	2	Varaudutaan mahdollisiin muutoksiin. Tila varataan kolmeksi tunniksi, vaikka tapahtuma kestää vain kaksi tuntia.
Sähkökatko	1	Toimitaan kipparihallin henkilökunnan ohjeiden mukaisesti. Osallistujat ohjataan poistumaan rauhallisesti tilasta, jos on tarvetta.
Tulipalo	1	Kuunnellaan kipparihallin henkilökunnan ohjeita ja toimitaan niiden mukaan. Ohjataan osallistujat poistumisreittien suuntaan pihalle.

Toiminnan aikataulus

Marraskuu

Tapahtuman ideointia ja vaihtoehtojen läpikäyntiä

Yhteistyön miettimistä

Joulukuu

Tapahtuman ideointia ja kohderyhmän miettimistä

Toimeksiantajan hankkiminen

Ensimmäinen palaveri toimeksiantajan (GBK) kanssa

Tammikuu

Suunnitelman työstäminen ja sen läpikäynti GBK:n toimihenkilöiden kanssa

Tavoitteen ja kohderyhmän päättäminen

Ajankohdan päättäminen

Yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden hankintaa

Tapahtumasisällön päättäminen

Tilan varaus

Palaveri yhteistyökumppaneiden kanssa

Helmikuu

Sponsoreiden selviäminen

Julisteen suunnittelu ja sen tekeminen

Julisteiden jakelu

Tavaroiden hankkimista ja varaamista

Maaliskuu

Lehti-ilmoitukset

Internetmainonta

ilmoitus tyttöjoukkueille tapahtumasta

palautekyselyn laatiminen

Ohjaajien info-tilaisuus

Seuran kanssa viimeinen tapaaminen ennen tapahtumaa

Tavaroiden hakeminen

12.3.2017 tapahtuma klo. 15-17

Siivoaminen ja tavaroiden palautus

Palautteen ja tapahtuman purku

Yhteenveto

Yhteistyökumppaneiden ja sponsoroiden kiittäminen

Liite 2. Tapahtumakäsikirjoitus

Pisteet	Vastuuhenkilöt	klo. 13.00	Klo. 13.30	Klo. 14.00	Klo. 14.15	Klo. 14.30	Klo. 15.00	Klo. 17.00
						Hallivuoro alkaa	Tapah-tuma al-kaa	Tapahtu-man lope-tus
Tilat	Jenny & Rebecca	Kaikki ta-varat hal-liin	Julisteet esille, wc merkit-tävä, en-siapupiste	Lehdistö haastat-telu	Opastus ohjaajille	Palaute-pöytä, avus-tusta pis-teillä	Otetaan vastaan osallistu-jia	Ovella an-tamassa palkintoja
Yleis-järjes-telyt	Roni	Tavaroi-den kus-kaaminen	Pallojen pumppaus	Julistei-den esille laitto	Ensiapu piste val-miiksi	Palaute-pöytä valmiiksi	Asiakkai-den oh-jausta	Tavaroi-den kerää-minen ja kускаami-nen au-tolle
Kahvio	Sarah & Nina	Tavarat kahvioon	Tavaroi-den järjes-tely	Hinnasto esille	Kahvin keitto	Tuotteet esille	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Letti-baari	Johanna & Lotta		Laput ylös			Tavarat paikoille	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Kasvo-maa-laus	Minna		Laput ylös			Tavarat paikoille	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Hippa	Sofia					Alue val-miiksi	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Harjoi-tus	Monica & Hanna					Pallot ja tötsät paikoille	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Rata	Alisa & Nathalie					Tavarat paikoille, radan te-koa	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous

Vyöry- pallo	Emma & Ada					Alue val- miiksi, pallot paikoille	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Leikki	Veera					Alue val- miiksi	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Maalin- teko	Sofiia & Ellen					Maalit paikoille, tutka esille	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Sovel- lettu peli	Marianna					Pelialue valmiiksi	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous
Peli	Mette					Pelialue valmiiksi	Kaikki valmiina	Pisteiden siivous

Liite 3. Muistilista tarvittavasta materiaalista

FutisFun 2017, tarvikelista

Infopiste	Ensiapupiste	Kahvio	Lettibaari	Kasvomaa- laus	Tilat
pöytä	lääkelaukku x 2	kahvinkeitin	lettibaari	kasvovärit	GBK:n juliste, roll-up ja lippu
palkinnot	turvallisuus- suunnitelma	termospullo	kyltti	pensseleitä	Kokkola cup tyttö ja poika
palautekyselyt	ensiapu- kyltti	vesikanisteri	mallit eri kampauk- sista	mallit eri	Naisten liiga- lippu
kyniä		kahvi	pompuloita	kasvomaa- lauksista	Suomi 100 roll- upit
alusta		suodatinpa- peria	kuminauhoja	pöytä	WC- lappuja
palautekori		sokeria	harja	tuoli	Tapahtuma- kartta ja teline
peili-ilo		maitoa	kampa	peili	teippiä
jalkapallojunio- rin		kertakäyttö lusikoita	suihkepullo	vanulappuja	sakset
vanhemman kä- sikirja		kertakäyttö mukeja	peili	vettä	mikrofoni
kiinnostaako fu- tis- lomakkeita		kertakäyttö lautasia			
		paperia			
		kassa			
		vaihtorahaa			
		pullia			
		suklaata			
		trippejä			
		tarjotin			
		hinnasto			

Toimintapisteiden tarvikkeet

Peli	Sovellettu peli	Maalinteke/ tutka	Leikki	Vyörypallo	Rata	Tekniikka/harjoitus	Hippa
pallo	rantapallo	2 maalia	tötsiä	palloja	palloja	palloja	tötsiä
tötsiä	norsupallo	palloja	Liivejä	pehmo-pallo	isoja ja pieniä tötsiä	tötsiä	liivit
liivejä	pehmopallo	muutama tötsä	pilli	tötsiä	seinä	tekniikka verkkoja	pilli
2 maalia	tötsiä	tutka		tarkkuuskori	tunneli	seinä	
pilli	liivejä	jatkojohto		pilli	paikka-merkkejä	pilli	
	2 maalia	maalivahdille hansk			tasapainoeste		
	lötköpötköjä	pilli			aidat		
	pilli				pilli		

Liite 4. Tapahtuman turvallisuussuunnitelma

Tapahtuma: FutisFun, jalkapallotapahtuma

Osallistujat: 5 - 12-vuotiaat tytöt

Ajankohta: Sunnuntaina 12.3.2017 klo. 15.00 – 17.00

Tapahtumapaikka: Kippari-halli, Kokkola

Järjestäjä: GBK

Vastuujohtajat: Jenny Järvelä, puh. 040 052 3002 ja Rebecca Rasmus, puh. 050 433 6709

Muut järjestäjät:

Yleiset ohjaajat: GBK:n naispelaajat (n.16)

Kioskin vastuuhenkilö: Sarah Rasmus

Pisteiden vastuuhenkilöt: Rebecca Rasmus ja Jenny Järvelä

Ensiapu: Rebecca Rasmus ja Jenny Järvelä, EA1 koulutus

Etukäteisohjeet osallistujille: ei erityistä ohjetta, mainoksessa kerrottu tapahtuman ohjelma

Tapahtuman ohjelma:

Tapahtumaan on vapaa pääsy. Koko tapahtuman ajan on mahdollista kiertää eri pisteillä omaan tahtiin, käydä kasvomaalauksessa sekä lettibaarissa. Tapahtumapaikalla myös kioski, josta voi ostaa juomista ja pientä purtavaa.

Pelastautumissuunnitelma:

Tapaturman tai onnettomuuden sattuessa hälytysajoneuvot ohjataan Kipparihallin pääsisäänkäynnin eteen. **Osoite on Kuusitie 17, 67200 Kokkola**

Riskikartoitus: Suurimpina riskeinä lasten liikuntatapahtumassa on loukkaantumiset eri liikuntapisteillä.

- ➔ **Kaatumisen aiheuttamat ruhjeet, haavat yms.** - ensiapuna puhdistus ja peittäminen
- ➔ **Venähdys- ja nyrjähdysvammat** – ensiapuna kompressio, koho ja kylmä
- ➔ **Törmäämiset** - katsotaan ensiavun tarve tapahtumakohtaisesti
- ➔ **Päähän kohdistuneet iskut** – huolehtia iskun saaneen hengityksestä ja seurata tajunnan tilaa sekä mahdollisia muita oireita. Potilas on välittömästi toimitettava sairaalahoitoon, jos hänellä iskun jälkeen on jokin seuraavista oireista, jota ei ollut ennen vammaa:
 - tajuttomuus tai vaikeuksia pysytellä tajuissaan (esim. pitää silmiä auki),
 - vaikeuksia ymmärtää puhetta tai kirjoitettua tekstiä,
 - tunnon menetys,
 - yleinen heikkous,
 - näön tai kuulon menetys,
 - verenvuoto korvasta,
 - musta silmä ilman silmään kohdistunutta vammaa.

Kaikki liikuntapisteet on tarkkaan suunniteltu etukäteen mahdollisimman turvallisiksi, jotta riski loukkaantua olisi mahdollisimman pieni. Ensiapulaukku on koko tapahtuman ajan lähettyvillä ja kaikkien nähtävillä sekä molemmat tapahtumanjohtajat ovat ensiaputaitoisia.

Riskien hallinta:

Henkilökuntaa on riittävästi ja toimintatavat on sovittu etukäteen. Kipparihallissa on ohjaajia, jotka huolehtivat järjestyksestä sekä neuvovat ja opastavat ihmisiä liikumaan. Ohjaajien tehtävä on myös muistuttaa lapsia turvallisuudesta. Tapahtumassa on tarpeeksi EA-taitoisia henkilöitä sekä EA-tarvikkeita.

Onnettomuuden sattuessa:

Toimitaan tapahtumien edellyttämällä tavalla.

1. Arvioidaan tilanne
2. Estetään lisäonnettomuudet
3. Annetaan ensiapua
4. Hälytetään apua:
 - Soitto 112 tarvittaessa
 - Tapahtumapaikan osoite on **Kuusitie 17, 67200 Kokkola**
 - Lähetä joku opastamaan hälytysajoneuvo paikalle
5. Hoidetaan tilannetta kunnes apu on saapunut paikalla
6. Kun tilanne on ohi, välitön ilmoitus tapahtumanjohtajalla Rebecca Rasmukselle tai Jenny Järvelle.

Yhteystietoja ja ohjeita:

Yleinen hätänumero **112**

- Kerro, kuka olet ja mistä puhelinnumerosta soitat
- Mitä ja missä on tapahtunut
- Kerro, onko joku vaarassa
- Vastaa kysymyksiin
- Älä sulje puhelinta ennen kuin saat luvan

Laitosmies: (06) 8289 552, 044 7809 552

Liite 5. Tapahtuman mainosjuliste



FLUTISFUN

5-12 vuotiaille tytöille
Sunnuntaina **12.3.** klo **15-17** Kipparihallissa Kokkolassa

Hauska ja leikkimielinen jalkapallotapahtuma uusille lajista kiinnostuneille sekä jo lajin parissa harrastaville tytöille.
Ohjaajina GBK:n naispelaajat.

MEILLÄ KAIKKI OVAT TÄHTIÄ!
Yapaa pääsy!

**8 ERI TEHTÄVÄPISTETTÄ,
KASVOMAALAUSTA JA LETTIBAARI**



Tapahtumajärjestäjät ja yhteydenotot:
Jenny Järvelä, puh. 0400 523002, Rebecca Rasmus, puh. 050 433 6709





FLUTISFLUN

För flickor 5-12 år
Söndagen 12.3 kl. 15-17 kipparihallen, Karleby

**Ett roligt och lekfullt fotbollsevenemang för både nybörjare och
 fortsättare
 GBK:s damer fungerar som ledare**

**HOS OSS ÄR ALLA STJÄNOR
 Gratis inträde!**



**8 OLIKA STATIONER.
 ANSIKTMÅLNING OCH HÅRFLÄTNING**

Arrangörer samt kontaktuppgifter:
 Jenny Järvelä, puh. 0400 523002, Rebecca Rasmus, puh. 050 433 6709



Liite 6. Tapahtuman pohjapiirros ja pisteet



Liite 7. Tapahtumassa jaettava materiaali

Kiinnostaako Futis? – tiedote



GBK 1924

**Är du intresserad av Futis?
Kiinnostaako Futis?**

Tule kokeilemaan kuukauden ajan ILMAISEKSI!
Kom prova en månad GRATIS!
Harjoitusajat löytyvät kotisivuilta
Träningstider finns på websidor
WWW.GBK.FI

KOKKOLA Cup

**Tag kontakt
Ota yhteyttä**

Flickor/Tytöt D-04/-05
Tränare/Valmentaja Brännbacka Thomas @: thomas.brannbacka@gmail.com tel: 040-8394361

Flickor/Tytöt E-06-07
Lagledare/Joukkueenjohtaja Hägglund Anne @: anne.m.hagglund@gmail.com tel: 050-3763103
Tränare/Valmentaja Matomaa Jari @: jari.matomaa@saunalahti.fi tel: 040-5829688
Tränare/Valmentaja Pollarikoski Sami @: sami.pollarikoski@kayttoauto.fi tel: 050-4623644

Flickor/Tytöt F-08-09 (ja nuoremmat / och yngre)
Lagledare/Joukkueenjohtaja Saraaho Riikka @: riikka.saraaho@gmail.com tel: 0400-941258
Tränare/Valmentaja Elo Juho @: juho.elo@gmail.com tel: 040-7210890
Tränare/Valmentaja Virkkala Kirsi @: kirsi.virkkala@gmail.com tel: 050-3231393

Pojkar/Pojat E-06
Lagledare/Joukkueenjohtaja Vitka Jari @: jvitka@fmi.com tel: 050-4445249
Tränare/Valmentaja Grahnl Ulf @: grahnulf@yahoo.com tel: 050-5434825
Tränare/Valmentaja Eriksson Mikael @: mikael.eriksson@wetteri.fi tel: 040-5549272

Pojkar/Pojat E-07
Lagledare/Joukkueenjohtaja Furu Pia @: pia.furu@gmail.com tel: 040-511 9770
Tränare/Valmentaja Hansell Patrik @: patrik.hansell@gmail.com tel: 050-5853390
Tränare/Valmentaja Lindqvist Nicklas @: nicke.lindqvist72@gmail.com tel: 044-9770072

Pojkar/Pojat F-08
Lagledare/Joukkueenjohtaja Lastusilta Terttu @: terttu.lastusilta@luukku.com tel: 050-4919411
Tränare/Valmentaja Paananen Tuomas @: tuomas.paananen@buorre.fi tel: 045-6327971
Tränare/Valmentaja Djupsund Ronnie @: ronnie.djupsund@kokko.afi tel: 045-6327971

Pojkar/Pojat F-09
Lagledare/Joukkueenjohtaja Lerbacka Tiina @: lerbackatiina@gmail.com tel: 040-7781190
Tränare/Valmentaja Tuurinmaa Pasi @: pasi.tuurinmaa@anvianet.fi
Tränare/Valmentaja Uusitalo Charlotta @: charlotta.uusitalo@edu.kokkola.fi tel: 050-5905311

Pojkar/Pojat G-10 (ja nuoremmat / och yngre)
Tränare/Valmentaja Lainio Niko @: niko.lainio@netti.fi tel: 0440-203167
Tränare/Valmentaja Rasmus Olli @: ollirasmus@luukku.com tel: 041-4626433

Kysymyksiä? Soita! / Frågor? Ring!
Juniorträningschef / juniortränningspäällikkö
Peter Kälä p. 0400 581924

PELI-ILO – Jalkapallojuniorin vanhemman käsikirja



Liite 8. Tapahtuman palautekysely

Palautekysely

Mitä mieltä olitte FutisFun tapahtumasta?

- ☐ erinomainen
- ☐ hyvä
- ☐ kohtalainen
- ☐ huono

Mikä oli hyvää tapahtumassa?

Miten tapahtumaa voisi kehittää?

Kannattaisiko FutisFun järjestää uudelleen?

- ☐ kyllä
- ☐ ei
- ☐ ehkä

Mistä saitte tietoa tapahtumasta?

- ☐ Facebook
- ☐ unelmat liikkeelle-sivulta
- ☐ GBK:n kotisivuilta
- ☐ lehdestä
- ☐ mainos ilmoitustaululla
- ☐ kaverilta
- ☐ muualta, mistä? _____

Kiitos palautteestasi!

Mikäli haluat osallistua arvontaan, täytä alla olevat kohdat

Nimi _____

Puh. _____

Sähköpostiosoite _____

Feedback

Vad tyckte ni om FutisFun evenemanget?

- ☐ utmärkt
- ☐ bra
- ☐ nöjaktig
- ☐ dålig

Vad var bra med evenemanget?

På vilket sätt kunde man förbättra evenemanget?

Skulle det löna sig att arrangera FutisFun på nytt?

- ☐ ja
- ☐ nej
- ☐ kanske

Varifrån fick ni information om evenemanget?

- ☐ Facebook
- ☐ ”unelmat liikkeelle”-sidan
- ☐ GBK:s hemsida
- ☐ tidningen
- ☐ reklam på anslagstavlan
- ☐ kompisen
- ☐ någon annanstans, varifrån? _____

Tack för er feedback!

Ifall ni vill delta i lotteri, fyll i nedanstående uppgifter

Namn _____

Tel. _____

E-post _____

Liite 9. Palautekyselyn avointen kysymysten vastauksia

Kaikki vastaajien kommentit palautekyselyn avoimiin kysymyksiin:

Mikä oli hyvää tapahtumassa?

- lettien teko, jalkapallon pelaaminen
- lapset saivat vapaasti touhua
- paljon erilaista toimintaa, ilmainen, iloinen meininki
- hyvä mahdollisuus lajia ilman suurta kynnystä, tosi kiva "idea"
- paljon kivaa tekemistä lapsille
- aktiiviset ohjaajat, kivat tyttötekemiset
- aktiviteetteja lapsille
- aktiviteetteja lapsille
- tutustuminen jalkapalloon
- monipuolisia tehtäviä, rento ilmapiiri
- kasvomaalaus
- lapsi saa tutustua "uuteen" lajiin leikkien, kiva kun on suunnattu tytöille!!!!
- paljon eri pisteitä, tapahtuma oli monen ikäisille
- erin ikäiset huomioitu, tapahtuma itsessään
- hyvä ajankohta, paljon tapahtumia, innostavat ohjaajat, kaksikielisyys
- toimintapisteet olivat sopivasti erilaisia, jokaiselle löytyi jotakin mistä tykkää
- leikit, ohjaajat
- monenlaisia eri pisteitä tarjolla; sai kokeilla monta juttua. Tekemisen lisäksi myös kasvomaalaus ja lettibaari antoivat "lisäväriä"
- paljon kivaa puuhaa lapsille, hyvin organisoidut rastit
- "yleisilme"
- monipuolista toimintaa, kasvomaalaus ja letitys tyttöjen mieleen
- hyvin järjestetty, hyvään aikaan päivästä
- sai vapaasti kokeilla eri "palloleikkejä", letitys ja kasvomaalaus olivat mieluista
- tyttöjen yhdessäolo, ohjatut pisteet
- kasvomaalaus ja lettibaari
- paljon erilaista tekemistä, letitys ja kasvomaalaus myös kivoja "extroja"
- leikkimielisyys
- kaikki
- paljon erilaista tekemistä lapsille, jotka mieluisia ja rohkaisevia
- monipuolista ja iloista tekemistä
- kivointa oli maalintekotutka, oli paljon erilaisia pisteitä
- lettibaari, pisteet
- monta tehtäväpistettä, ikäryhmälle sopivia tehtäviä, hyvä ajankohta, lapset tykkäsivät myös lettibaarista ja kasvomaalauksesta
- ohjattua toimintaa sekä pallon kanssa että ilman
- hieno mahdollisuus tutustua jalkapallon monipuoliseen maailmaan
- monipuolisuus
- tytöllä oli kivaa, oli paljon kaikenlaista tekemistä, sekä pelaamista että leikkiä. Hän piti paljon myös letityksestä ja kasvomaalauksesta!
- järjestäjätytöt reippaita
- monipuoliset pisteet, paljon kivoja pisteitä
- vetäjät osasivat homman, olivat läsnä
- mukaansa tempaava, kannustavat ohjaajat
- tilat, paljon lapsia ja aikuisia ja ohjelmaa innostavaa iloista meininkiä
- lettibaari, kasvomaalaus, rata
- rento tunnelma, paljon erilaista toimintaa
- iloiset ilmeet, jokaisella rastilla sai hyvin ohjausta ja tsemppiä

Miten tapahtumaa voisi kehittää?

- toimintapisteet selvemmin merkitty ja toiminta oheistettua
- enemmän oppaita, vaikka saatiin hyvää ohjeistusta jo näihin
- selkeämmät pisteet-enemmän näkyvyyttä
- hyvä näin
- vanhemmillekin jokin kokeilupiste, kun jalka alkoi vipattaa... Tutkaa tuli kokeiltua-kin 😊
- osallistujia olisi hyvä olla enemmän → järjestäjät voi tuskin siihen vaikuttaa, tyttöjen vähäisyys vaikeutti leikkejä joissain pisteissä → ehkä enemmän pisteitä joissa ei tarvita joukkoa
- toimii hyvin näin
- pojat pois 😊
- ehkä jakaa osallistujia vielä iän mukaan, ettei esim. 5 ja 12-vuotiaat pelaa keskenään 😊
- ei mitenkään
- pisteet vähän lähemmäksi toisia, kyltit jokaisen pisteen eteen?
- enemmän infoa mitä sisältää
- jos jatkoa, niin seuran liittymisestä voisi olla enemmän tietoa
- useammin! Ja samaan tiedotusta pienempien toiminnasta
- aika hyvin paketti nykyisellään
- mm. rata liian helppo koululaisille → ei tasasta hommaa
- lisää samanlaisia
- rasti pitää vielä mukauttaa, että silloin kun ei tyttöjä riittävästi ole nii toiminta voi olla muuta
- ehkä enemmän mainosta tapahtumalle
- lisää tällaista
- jumppaa
- markkinoinnilla saisi enemmän osallistujia

Liite 10. Tapahtumaan liittyvät julkaisut

Keskipohjamaa – lehti 15.2.2017

Jalkapallo- tapahtuma tytöille Kippari- hallissa

KOKKOLA (KP)

Liikunnanohjaajiksi (AMK) opiskelevat Jenny Järvelä ja Rebecca Rasmus järjestävät yhteistyössä GBK:n kanssa jalkapallotapahtuman tytöille Kokkolassa.

FutisFun on sunnuntaina 12. maaliskuuta Kippari-hallissa kello 15-17. Osallistuminen ei edellytä läsnäoloa alusta loppuun.

FutisFun on suunnattu 5-12-vuotiaille, mutta sitä nuoremmat ja vanhemmatkin ovat tervetulleita.

- Tapahtuma on tarkoitettu sekä heille, jotka jo pelaavat jalkapalloa, että myös uusille lajista kiinnostuneille. Toivomme, että tapahtumaan osallistuu paljon tyttöjä, järjestävät kutsuvat.

FutisFun koostuu erilaisista toimintapisteistä, joita ohjaavat muun muassa GBK:n naisten liigapelaajat. Harrastukseen otetaan tuntumaa niin harjoitteiden kuin leikin kautta. Tapahtumassa on myös kasvomaalusta ja lettibaari.

Tapahtuma on järjestäjiensä yhteinen lopputyö: Järvelä valmistuu Haaga Helian Vierumäen-toimipisteestä ja Rasmus Arcadasta tämän vuoden aikana.

Molemmat naiset ovat GBK:n kasvattaja: Järvelä on pelannut jalkapalloa kuusivuotiaasta, GBK:n liigajoukkueessa nyt pelaava Rasmus seitsemänvuotiaasta.



Jenny Järvelä ja Rebecca Rasmus järjestävät yhteisen loppu-työn. Kuva: Joni Mäki-Petäjä

FutisFun on hauska jalkapallo-tapahtuma

Joni Mäki-Petäjä

Liikunnanohjaajiksi (AMK) opiskelevat kokkolalaiset Jenny Järvelä ja Rebecca Rasmus järjestävät yhteistyössä GBK:n kanssa jalkapallotapahtuman tytöille Kokkolassa.

FutisFun on ensi sunnuntaina 12. maaliskuuta Kippari-hallissa kello 15–17. Osallistuminen ei edellytä läsnäoloa alusta loppuun. FutisFun on suunnattu 5–12-vuotiaille, mutta sitä nuoremmat ja vanhemmatkin ovat tervetulleita.

–Tapahtuma on tarkoitettu sekä heille, jotka jo pelaavat jalkapalloa, että myös uusille lajista kiinnostuneille. Toivomme, että tapahtumaan osallistuu paljon tyttöjä, Järvelä ja Rasmus sanovat.

FutisFun koostuu erilaisista toimintapisteistä, joita ohjaavat muun muassa

GBK:n naisten liigapelaajat. Harrastukseen otetaan tunteja niin harjoitteiden kuin leikin kautta. Tapahtumassa on myös kasvomaalauksia ja lettibaari.

–Tavoitteena on, kaikilla olisi hauskaa hyvässä seurassa. Tilaisuus on todellinen matalan kynnyksen tapahtuma, nuoret naiset vinkkaavat.

Tapahtuma on järjestäjänsä yhteinen lopputyö: Järvelä valmistuu Haaga Helian Vierumäen-toimipisteestä ja Rasmus Arcadasta tämän vuoden aikana.

–Idea yhteisestä lopputyöstä tuli mieleen, kun juttelimme aiheesta. Kun molemmista kouluista näytettiin vihreää valoa oli homma selvä.

Molemmat naiset ovat GBK:n kasvattajeja. Järvelä on pelannut jalkapalloa kuusi-vuotiaasta, GBK:n liigajoukkueessa nyt pelaava Rasmus seitsemänvuotiaasta.

Sähkeet · Kokkola ·

UUTINEN | KP24

ke 8.3.2017 klo 12:00

0

Jalkapallotapahtuma tytöille Kippari-hallissa



Jenny Järvelä ja Rebecca Rasmus järjestävät yhteistyössä GBK:n kanssa jalkapallotapahtuman tytöille Kokkolassa.

Joni Mäki-Petäjä

Liikunnanohjaajiksi (AMK) opiskelevat Jenny Järvelä ja Rebecca Rasmus järjestävät yhteistyössä GBK:n kanssa jalkapallotapahtuman tytöille Kokkolassa.

FutisFun on sunnuntaina 12. maaliskuuta Kippari-hallissa kello 15–17. Osallistuminen ei edellytä läsnäoloa alusta loppuun.

FutisFun on suunnattu 5–12-vuotiaille, mutta sitä nuoremmat ja vanhemmatkin ovat tervetulleita.

–[Facebook](#)–[Twitter](#)–[Instagram](#)–[YouTube](#)–[LinkedIn](#)–[Pinterest](#)–[Snapchat](#)–[TikTok](#)–[Vimeo](#)–[SoundCloud](#)–[Spotify](#)–[RSS](#)–[Email](#)–[Print](#)–[Share](#)–[More](#)–[Home](#)

En hel dag bara för flickor

● Ett slutarbete kan också vara ett evenemang. Åtminstone när man studerar till idrottsinstruktör.

KARLEBY. Det var det gemensamma intresset fotboll som fick Jenny Järvelä och Rebecca Rasmus att komma på idén till sitt slutarbete: En fotbollsday för flickor. De tog kontakt med GBK som också tänkte på idén och resultatet blev Futisfun.

– Vi vill att tröskeln ska vara låg, alla som vill får komma med, oavsett om man gillar fotboll eller inte, säger Rebecca Rasmus.

Evenemanget Futisfun ordnas på söndag i Kipparihallen och alla flickor mellan 5 och 12 år är välkomna. Jenny Järvelä och Rebecca Rasmus har denna vecka fullt upp med att

marknadsföra sitt evenemang på sociala medier, klistra upp affischer i skolor och på idrottsplaner och fixa allt praktiskt. De har också skaffat sponsorer.

– Det har varit en hel del att tänka på, många detaljer som ska klaffa. Sen ska vi också dokumentera allt vi gör, säger Jenny Järvelä.

FOTBOLLEN ÄR så klart i fokus under de två timmarna i hallen. GBK:s damlag ställer upp som ledare och tränare. Man kan vara med hela eftermiddagen, eller bara sticka sig in en kortare stund och prova på någon av de åtta olika stationerna. De fles-



Rebecca Rasmus och Jenny Järvelä hoppas att många flickor dyker upp på söndagens evenemang.

FOTO: SONJA FINHOLM

ta involverar en boll, men det bjuds också på ansiktsmålning och hårflätning.

– Vi vill att det ska vara roligt och lekfullt och att evenemanget ska passa både för sådana som redan spelar fotboll, men också för nybörjare, säger Rebecca Rasmus.

Jenny Järvelä och Rebecca Rasmus utbildar sig till idrottsinstruktörer och är båda inne på slutrakan av studierna. Jenny på finska vid Haa-ga-Helia och Rebecca på svenska vid Arcada. Futisfun är alltså deras gemensamma slutarbete.

– Det är ganska vanligt att bli-

vande idrottsinstruktörer na slutarbeten i form av olika evenemang, säger Rebecca Rasmus.

Sonja Finholm
sonja.finhholm@ot.fi
06-7848 803

Tytöt ja pallo

Hanna Kauppinen
KOKKOLA (KP)

Kahden opiskelijan opinnäytetyönään järjestämä tyttöjen jalkapallotapahtuma houkutteli eilen Kokkolan Kippari-halliin lähes sata lasta vanhempieneen. Liikunnanohjaajiksi opiskelevat kokkolalaiset Jenny Järvelä ja Rebecca Rasmus ovat itsekin jalkapalloilijoita.

- Halusimme luoda matalan kynnyksen tapahtuman, naiset sanoivat.



Rebecca Rasmus (vas.) ja Jenny Järvi kutsuvat tyttöjä harrastamaan.

Sivu 5 KP/JUKKA LEHOJÄRVI

Harrastajaksi leikin kautta

Liikunnanohjaajaopiskelijat järjestivät tyttöjen jalkapallotapahtuman

Hanna Kauppinen

KOKKOLA (KP)

24-vuotias kokkolalainen Jenny Järvelä aloitti jalkapallon kuusivuotiaana, kun GBK etsi sopivanikäisiä tyttöjä vasta perustettuun joukkueeseensa. Vähän myöhemmin hän houkutteli harjoituksiin myös naapurintyttöön, vuotta nuoremman Rebecca Rasmuksen.

Jalkapallo on pysynyt molempien nuorten naisten elämässä tähän saakka, vaikka Järvelä tällä hetkellä viettääkin "välivuotta". Rasmus kuuluu edelleen GBK:n naisten liigajoukkueeseen, jonka jokaviikonloppuihin peleihin on viime vuodet matkustanut Helsingistä saakka.

Nyt ystävykset haluavat innostaa uusia tyttöjä jalkapallon pariin. Liikunnanohjaajiksi opiskelevat Järvelä ja Rasmus keksivät järjestää yhteisenä päättötönsä kaikille tytöille avoimen jalkapallotapahtuman. -Halusimme luoda matalan kynnyksen tapahtuman, jonne voivat osallistua sekä ne, jotka jo pelaavat että ne, jotka eivät ole koskaan kokeilleetkaan. Toki toivomme, että tapahtuma houkuttelisi uusia harrastajia mukaan. Samalla haemme näkyvyyttä naisten jalkapalloilulle, sillä liiga alkaa ensi lauantaina.

Pallon kanssa ja ilman

Kippari-hallissa sunnuntai-ilta-päivällä järjestetty FutisFun oli suunnattu 5-12-vuotiaille, mutta sinne olivat tervetulleita kaikenikäiset. Paikalle saapui lähes sata tyttöä vanhempieneen, mikä ylitti järjestäjien asettaman yleisötavoitteen.

-Tapahtumassa on kahdek-



Rebecca Rasmuksen (vas.) ja Jenny Järvelän järjestämään jalkapallotapahtumaan saapuivat muun muassa Ellen Skantsi (toinen vas.) ja Adelia Hallbäck. KP/JUKKA LEHOJÄRVI

san eri tehtävapistettä, joissa pelataan ja harjoitellaan pallon kanssa ja ilman palloa. Pisteitä voi suorittaa leikinkin kautta. Ja jos ei halua pelata ollenkaan, voi ottaa kasvomaalauk-

sen tai käydä lettibaarissa, järjestävät kertovat.

Järvelä ja Rasmus toimivat vain suunnittelu- ja järjestelytehtävissä, pisteiden ohjaamisesta vastasivat GBK:n naisten

liigapelaajat.

-Iso kiitos myös kaikille yhteistyökumppaneille ja sponsoreille, joita ilman tämän tapahtuman järjestäminen ei olisi ollut mahdollista.

Aiemmin liikuntaneuvojaksi valmistunut Jenny Järvelä opiskelee Haaga Helian Vierumäen-toimipisteessä Kokkolasta käsin, sillä hän työskentelee uimavalvojana ja kaupungin lii-

kunnanohjaajana. Rebecca Rasmuksen koulu on ruotsinkielinen Arcada Helsingissä.

Molemmat saavat 3,5-vuotiset opintonsa päätökseen kuluvan vuoden aikana.

Liite 11. Ruotsinkielinen pidempi tiivistelmä

SVENSKSPRÅKIG SAMMANFATTNING

INLEDNING

Som arbetets beställare fungerar Gamlakarleby Bollklubb (GBK). GBK hade som behov att ordna ett idrottsevenemang med låg tröskel för flickor, och på detta sätt få mera synlighet för föreningen. Med arbetet vill vi svara på efterfrågan genom att planera och utföra ett helt nytt fotbollsevenemang för flickor 5–12 år. Med en låg tröskel skulle evenemanget nå både nybörjare och fortsättare. För att projektet skulle lyckas har vi också samarbetat med Karleby stad och andra företag.

I arbetet går vi in på teoridelområden som evenemangsarrangering, marknadsföring, barn och ungas idrotts vanor, samt deras idrottsmotivation. Det berättas också om beställaren GBK och fotbollens nuläge i Karleby. Med hjälp av kunskapsteori har det varit möjligt att planera och utföra ett lyckat fotbollsevenemang för flickor. Arbetet har bestått till en stor del av evenemangs planering-, utföring- och avslutning. Med evenemanget vill vi påminna barn och deras föräldrar hur viktigt det är att röra på sig.

SYFTE OCH MÅL

Arbetets mål är att ordna ett lyckat fotbollsevenemang för flickor. GBK har för tillfället behov av mera flickspelare, och med evenemanget hoppas vi att flickorna skulle få en positiv bild av fotboll, och på det sättet skulle det möjligen locka mera spelare i föreningens verksamhet. Som mål är också att föreningen skulle få mera synlighet och bli känd i Karleby. Med evenemanget ville vi samtidigt ge synlighet för GBK damlagets ligaöppning som är en vecka efter evenemanget. Vi hoppas på plats många deltagare, och som deltagarmål ställde vi 50 flickor.

METOD

Arbetets metod är processbeskrivning. Vi kommer noggrant att beskriva steg för steg hur vi gått tillväga. Vi hoppas klart att evenemanget får fortsättning också i framtiden, och resultatet är då till en stor hjälp. Resultatet kan också användas vid arrangering av andra evenemang. Med tanke på utvecklingen av evenemanget

kommer vi också att analysera vad som varit bra och vad som kunde förbättras med hjälp av feedback och egna tankar samt funderingar.

PLANERINGSFAS

Planeringsfasen tar mest tid av hela evenemangsprocessen, cirka 75 % går till planeringen (Vallo & Häyrinen 2016, 189). Vi planerade och utförde evenemanget med hjälp av teorikunskap. I planeringsfasen använde vi hjälp av vår verksamhetsplan (Bilaga 1).

Vi ordnade FutisFun tillsammans med GBK, men som projektledare hade vi ansvaret om hela projektet. Vi har planerat och organiserat evenemanget från början till slut. GBK har ändå varit till en stor hjälp, och vi har fått mycket bra idéer av dem. Också GBK:s damer har haft en stor roll under själva evenemanget, samt alla frivilliga som var med och hjälpte till. Vi samarbetade också med Karleby stad, Keski-Pohjanmaan Konservatorio, minimani, Halpa-Halli, Harjun Leipomo och Pohjanmaan Leipomo.

Vi bestämde datumet för FutisFun evenemanget 17.1.2017 på GBK:s kontor, och datumet blev söndagen 12.3.2017 kl.15-17 i Kipparihallen, Karleby. Vi började planera programmet redan i november (2016) och utvecklade det med tiden. Vi ville att det skulle vara låg tröskel att delta i evenemanget, därför bestämde vi oss för att ha 10 olika punkter, och att de fick röra sig fritt från punkt till punkt samt att deltagandet inte kräver närvaro från början till slut.

Vid planeringen av punkterna ville vi att innehållet skulle vara roligt, mångsidigt, enkelt och passligt krävande för flickorna. Vi ville inte betona endast fotboll för mycket som gren, och därför hade vi program med både boll och utan boll, samt lekar och grundövningar i fotboll. För att få ännu mer mångsidighet i innehållet samt för att locka mera deltagande bestämde vi också för att ha en punkt med hårflätning och ansiktsmålning. Dessutom bestämde vi för att ordna en kiosk. De 10 punkterna var:

- Hippa
- Övning/teknik
- Bana
- Bollek
- Lek
- Skottövning

- Anpassat spel
- Spel
- Ansiktsmålning
- Hårflätning

Marknadsföringen ville vi satsa på, för att få så många deltagare på plats som möjligt. Med hjälp av vår samarbetspartner fick vi gjort en snygg reklam av evenemanget, som vi sedan gick och förde runt i Karleby. Vi marknadsförde evenemanget också på Facebook, Instagram, GBK:s hemsidor och "unelmat liikkeelle" sidan. Vi fick också synlighet i Österbottens Tidning, Kokkola tidning och "Keskipohjanmaa" tidning före evenemanget (bilaga 11).

GENOMFÖRANDET AV EVENEMANGET

Efter planeringsfasen i evenemangsprocessen kommer genomförandet av evenemanget. Genomförandet av evenemanget tar endast cirka 10 % tid av hela processen (Vallo & Häyrinen 2016, 189). Hela organisationen är ansvarig av evenemangets gång, men projektledarens roll kommer fram speciellt när genomförandet av evenemanget sker (Vallo & Häyrinen 2016, 265–267). För att lätta genomförandet av evenemanget hade vi som projektledare gjort ett klart och tydligt manuskript av FutisFun (Bilaga 3). Vi hade också gjort en lista över alla saker vi behövde under evenemanget (Bilaga 4).

Vi kom tidigt på plats för att hinna göra allt det som vi hade planerat. Fast vår tur i hallen hade inte börjat, kunde vi ändå göra en stor del klart inför evenemanget. Vi hade gått igenom föregående dag med ledarna om deras uppgifter under evenemanget, så de kom på plats en halv timme före för att hjälpa till. Ledarna kunde sin uppgift, och alla punkter fungerade utmärkt. Som projektledare tog vi flickorna emot vid dörren, delade ut feedback-blanketterna och såg till att allt gick som det ska. En av oss var hela tiden vid dörren för att också ge pris (badboll) för varje flicka när de gick iväg.

På plats fanns också en förstahjälppunkt, som var märkt bra så att alla skulle se den. Som projektledare fungerade vi också som förstahjälps-ansvariga, med FHJ 1 kort i bruk. Före evenemanget hade vi gått igenom möjliga risker och säkerhetsplanen med ledarna. Vi klarade oss ändå utan olyckor. Evenemanget gick bra och vi är väldigt nöjda. Alla såg ut att ha roligt, och det var det viktigaste.

DISKUSSION

Vår beställare GBK hade som behov att ordna ett idrottsevenemang med låg tröskel för flickor, och på det sättet möjligen öka andelen flickspelare i föreningen. Vi svarade på detta efterfrågan genom att planera och utföra ett fotbollsevenemang för 5–12-åriga flickor. Vi hade som deltagarmål 50 deltagare. På plats kom ändå närmare 100 deltagare, vilket överraskade oss positivt.

Vid planeringen av evenemanget var det klart att vi ville satsa på marknadsföringen, för att få så många deltagare på plats som bara möjligt. Vi ville också klart marknadsföra föreningen samt dess damlag med tanke på ligastarten som var en vecka efter evenemanget. Fast vi hade en budget på noll euro, så lyckades vi med marknadsföringen. Vi fick gjort reklam om evenemanget som vi satt på anslagstavlor runt i Karleby (skolor, daghem, idrottslokaler, större affärer). Evenemanget marknadsfördes i nästan alla tidningar i Karleby-nejden, både före- och efter evenemanget. Vi utnyttjade också sociala median.

Som mål hade vi också att flickorna skulle få en positiv bild av fotboll, och att de möjligen skulle bli medlem i föreningen. Detta lyckades vi också med, eftersom vi fick väldigt bra feedback både av föräldrarna och av deltagarna. Som pris fick varje deltagare en badboll, och de som var intresserade fick också en broschyr av föreningen med juniorlagens kontaktuppgifter, som de kan kontakta ifall de är intresserade att börja i föreningen.

Vår beställare GBK var väldigt nöjd med evenemanget, och hoppas på att det också skall få fortsättning i framtiden. Efter evenemanget grundade föreningen ett nytt flicklag för 2010 och 2011 födda flickor. Arbetets alla mål uppnåddes, och planeringen samt utföringen lyckades bra. Vi är väldigt nöjda med att samarbetet med GBK fungerade väldigt bra. Vi fick tillräckligt med hjälp av dem, men de gav oss också ansvar att organisera evenemanget från början till slut. Också samarbetet med våra andra samarbetspartner fungerade utan problem.

Under projektens gång blev vi också bekanta med teorikunskap inom området, som vi hade nytta av vid planeringen och utföringen av evenemanget. Med tanke på fortsättningen av evenemanget kommer vi ännu att diskutera om vad som var bra och dåligt med evenemanget, samt hur det kunde förbättras. Vi kommer att ta i beaktande både deltagarnas och ledarnas feedback, samt våra egna tankar och funderingar.

FutisFun ordnades söndagen 12.3.2017 klo.15–17 i Kipparihallen Karleby. Datumet var annars bra, men det var synd att samtidigt ordnades det "Hippo-Hiihdot" och Elbas utedag i Karleby. Också GBK:s 06/07 födda flickor hade samtidigt match. Vi hade ändå redan bestämt datumet och gjort reserveringarna, så vi kunde inte ändra på det. Som plats var Kipparihallen utmärkt, förutom att det ekade när vi pratade i mikrofonen. Evenemanget räcktes i två timmar, men deltagande krävde inte närvaro från början till slut. Vi tyckte det var också bra med tanke på att det skulle vara låg tröskel att delta i evenemanget.

Alla 10 punkter fungerade bra, och ledarna vid punkterna kunde sin sak. De var glada och uppmuntrade flickorna. Deltagarna fick röra sig fritt från punkt till punkt. Vi hade planerat punkterna och dess placering väldigt noggrant, samt gjort en karta över punkterna som vi presenterade för flickorna när de kom in, och de fungerade väldigt bra. Vi försökte också uppmuntra flickorna att pröva på varje punkt, vilket största delen gjorde. Senare tänkt kunde vi ändå ha ännu kunnat placerat någon skild kylt på varje punkt med namn på, så att det skulle ha blivit tydligare.

Evenemanget var riktade för 5–12 åriga flickor, men senare tänkt skulle kanske målgruppen kunnat vara 3–10 år, eftersom det fanns just ingen över 10 år på plats, medan 3–5 åriga fanns det många av. Som slutsats av evenemanget kunde vi säga att ett sådant evenemang får barn att röra på sig, och tröskeln för att delta hålls låg så länge aktiviteterna är roliga och lekfulla. Det bör också vara frivilligt och mångsidigt. Vi hoppas att GBK har nytta av detta arbete i framtiden. I detta examensarbete nådde vi alla ställda mål, och framtiden för evenemanget ser ljus ut.